

الصناعات الثقافية وبناء الاقتصاد الإبداعي: رؤية تنموية بديلة ”دراسة حالة لصناعة الحرف التقليدية“ (*)

د. عبير محمد عباس محمد رفاعي

مدرس بقسم الاجتماع

كلية الآداب - جامعة دمياط

الملخص

تهدف الدراسة إلى الكشف عن دور الصناعات الثقافية وبصفة خاصة صناعة الحرف التقليدية - كتوجه تنموي بديل يسهم في إنتاج سلع وخدمات إبداعية تعد مصدراً تنافسياً في الاقتصاد الإبداعي. وخلصت الدراسة إلى أنه رغم وجود الحرفيين المبدعين، وثراء الثقافة القومية، إلا أن هناك مخاطر تواجه الصناعات الثقافية أهمها: نقص المراكز المتخصصة في هذه الصناعات، وعدم إقبال الشباب علي ممارسة العمل الإبداعي، وارتفاع اسعار المواد الخام، وضعف التمويل المالي، ونقص التسويق للمنتجات علي المستوي المحلي والدولي. وأدت كل العوامل السابقة إلى ضعف تأثير الصناعات الثقافية- صناعة الحرف التقليدية- في بناء الاقتصاد الإبداعي المصري.

(*) مجلة كلية الآداب جامعة القاهرة المجلد (٧٨) العدد (١) يناير ٢٠١٨

Abstract
Cultural Industries and Building the Creative Economy
"Case Study of Traditional Crafts Industry"
Abeer Mohamed Abas Mohamed Refaei

The study aims at investing the role of cultural industries with special emphasis - handicraft industry- This is done as an alternative developmental approach that contributes to the production of creative goods and services, a competitive source in the creative economy. The study ends in finding that even with the existence of a creative craftsmen and the richness of the national culture, there still remain some risks that face building up cultural industries. The most important of these risks are: the lack of centers that are specialized in these industries, the lack of interest of young people in the practice of creative work, high prices of raw materials, the weakness of financial funding, and poor marketing on both levels: the local and the international. All of these problems have hindered the influence of cultural industries- Traditional Crafts Industry- on enhancing Egypt's creative economy.

أولاً: الإطار العام للدراسة

١ - موضوع الدراسة:

احتل الدور الذي تؤديه الثقافة من أجل التنمية مكانة متميزة في الخطاب العالمي للتنمية في الأعوام الأخيرة، حيث تزايد الطلب من الدول الأعضاء بالأمم المتحدة لإدماج الثقافة ضمن الاستراتيجيات الإنمائية وخطط التنمية الوطنية. وكان من نتيجة ذلك الطلب ارتفاع المكانة التي تحظى بها "الثقافة" في إطار عمل الأمم المتحدة حيث ارتفعت من نسبة ٣٣% عام ٢٠٠٢ إلى نسبة ٧٠% عام ٢٠١٢. وتم دمج الثقافة في جميع المجالات الموضوعية المدرجة في أعمال الأمم المتحدة وشملت التنمية الاجتماعية والاقتصادية، وحقوق الإنسان والحكم، بالإضافة إلى حماية التراث الثقافي غير المادي وتعزيز الصناعات الثقافية.

وتجسد الصناعات الثقافية أشكالاً للتعبير الثقافي، كما تمثل أحد قطاعات الاقتصاد والتجارة الأقوى نشاطاً في العالم، وتفتح أمام البلدان النامية آفاقاً تجارية جديدة، ويندرج تحت هذه الصناعات الحرف التقليدية. وتمثل هذه الصناعات أكثر من ٧% من الناتج العالمي، ويُتوقع لها أن ترتفع النسبة إلى ١٠% في السنوات المقبلة.

ويتميز مجتمع المعرفة بقدرة الموارد البشرية على الإبداع والابتكار، وتمثل الثقافة أحد أعمده، ومن العسير التحول إلى مجتمع المعرفة دون التحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة. وفي ضوء هذا التحول اختلفت العوامل المحركة للنمو الاقتصادي عما سبق في المجتمع الصناعي، وأصبح من الضروري أن يصاحب هذا التحول تغيير في بعض السياسات الاقتصادية والاجتماعية وتوجيه اهتمام أكبر لكل من الإبداع وثقافته واستثماره في مختلف القطاعات وعلى رأسها قطاع الثقافة.

وأظهرت إحصائيات الأمم المتحدة للتجارة والتنمية عام ٢٠١٣ زيادة دور الاقتصاد الإبداعي في تحقيق التنمية، حيث ارتفع حجم التجارة العالمية للمنتجات الإبداعية بين عامي ٢٠٠٢ و ٢٠١١ بما يفوق الضعف، وبلغ معدل النمو السنوي خلال هذه الفترة نسبة قدرها ٨,٨%. وشهدت الدول النامية زيادة صادراتها من السلع الإبداعية بنسبة ١٢,١% سنوياً عن الفترة ذاتها.

كما أوضح تقرير برنامج الأمم المتحدة الإنمائي حصول الصين على المركز الأول عالمياً في تصدير الصناعات الإبداعية بنسبة ٢٠,٨% من هذه التجارة القائمة على الإبداع خلال الفترة ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٨، وفي المركز الثاني الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة ٨,٦%، وجاءت مصر في المركز التاسع على مستوى الدول النامية لصناعة المشغولات الفنية وفقاً لإحصائيات عام ٢٠٠٩ ووصلت قيمة صادراتها ١٠,٧ مليار دولار (إبراهيم، يوليو ٢٠١١، ص ١٧).

ويرجع ظهور مفهوم الصناعات الثقافية لأول مرة لـ "أدورنو" و"هوركهايمر" ردًا على المخاطر الناجمة عن طرح منتجات الصناعة الكثيفة على وضع الإبداع الثقافي. واستخدما في بحثهما المبكر مصطلح "الثقافة الجماعية" ثم استبدلاه فيما بعد بمفهوم "صناعة الثقافة" ليعبر عن الشكل المعاصر للفن الشعبي (Albornoz, 2015, p 74,75).

وظهرت دراسات عدة تناولت الصناعات الثقافية في كثير من الدول: فتناولت دراسة (Bontje, M& Musterd, S, 2009) الصناعات الإبداعية والقدرة التنافسية: تقييم نقدي لآراء الخبراء، مع التأكيد على الأهمية المتزايدة للإبداع من أجل التنمية الاقتصادية. بدأت كل مدينة ومنطقة في العالم الرأسمالي المتقدم تفضل التسمية كمدينة أو منطقة إبداعية. وتناولت الدراسة تقييمًا نقديًا لآراء الخبراء المحليين بشأن التطورات في سبع مناطق للمدن الأوروبية، فيما يتعلق بالسياسات الرامية إلى تطوير الصناعات الإبداعية والمكثفة للمعرفة، وكذلك بأثر تطوير "مناطق المعرفة الإبداعية" في الجوانب الاجتماعية وغيرها من الجوانب (Bontje, Musterd, 2009, P 843-852).

وتشير دراسة (Shan, 2014, p 115-121) لتوجه الصين للإصلاح المؤسسي نتيجة للعولمة الاقتصادية، وشهدت الصناعات الثقافية تطورًا سريعًا منذ بداية القرن الحادي والعشرين. وتشير المؤشرات أن الصناعات الثقافية في الصين سوف تستمر في النمو بقوة، والعمل على سد الثغرات في هذه الصناعات وتنمية الموارد الثقافية تدريجيًا، وزيادة الصادرات الثقافية، وتنشيط التجارة الثقافية ووفقًا للإحصاءات، منذ عام ٢٠٠٤، نمت الصناعات الثقافية بمعدل نمو سنوي يزيد عن ١٥٪، بمعدل يزيد عن ٦٪ أعلى من معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي المترامن.

كما تناولت دراسة (الجامعي، أبريل ٢٠١٤، ص ٤٢١، ٤٦٦) واقع الصناعات الإبداعية في المملكة العربية السعودية ودورها في دعم الاقتصاد

السعودي، بالإضافة إلى الاستفادة من فكرة الصناعات الإبداعية وتوفير بنيتها التحتية لتسهم في نمو اقتصاد المملكة، وكذلك التنمية الفكرية والثقافية بها. وهدفت دراسة (رؤي لإطار عام لسياسة مصر الثقافية، نوفمبر ٢٠١٥) إلى تحديد الصناعات الثقافية والعاملين في المجال الثقافي للارتقاء بقدراتهم، كذلك تناول مشكلة النقص الملحوظ أو عدم وجود بيانات منظمة حول الصناعات الثقافية في مصر. وتوصلت الدراسة إلى أن الكثير من الأنشطة والصناعات الثقافية والمهن الثقافية قد أوشكت على الانقراض نتيجة لعدة أسباب منها الأسباب الاقتصادية، وعدم اهتمام الجيل الجديد بتوارث هذه النوع من الأعمال، وارتفاع أسعار الخامات المستخدمة، وانخفاض أسعار بعض الأعمال المماثلة المستوردة.

وتناولت دراسة (فوزي، ٢٠١٦، ص ٢٠٣ - ٢١٦) مفهوم الصناعات الثقافية بأنها النشاط الذي يعيد إنتاج أعمال ثقافية أصلية، بالاعتماد على مبادئ الإنتاج الصناعي وتسويقها مثل غيرها من السلع الصناعية الأخرى، وانتهت الدراسة بالتأكيد على أهمية الدور الذي تلعبه الصناعات الثقافية على المستوي الاقتصادي والاجتماعي، واقتصادياً تعد الصناعات الثقافية أكثر القطاعات نموًا عالميًا، واجتماعياً تعد عاملاً هاماً للحفاظ على الهوية والثقافة المحلية للشعوب.

وعرضت دراسة (Boccella & Salerno,2016, p 291-296) صورة واضحة للصناعات الإبداعية والثقافية والاقتصاد الإبداعي، بوصفها عوامل دافعة للنمو الاقتصادي والتنمية المحلية. ولتحقيق هذا الهدف، تحلل الورقة بعض البيانات الحديثة عن أهمية الاقتصاد الإبداعي، ومفاهيم الصناعات الإبداعية والثقافية. وتعرض للروابط بين الاقتصاد الإبداعي والتنمية المحلية من جهة، ومفاهيم رأس المال الإقليمي ورأس المال الاجتماعي من الجانب الآخر.

وتشير القراءة النقدية للتراث المتوفر في الصناعات الثقافية لعدة

ملاحظات:

أولاً: أن الدراسات الدولية المهمة بالصناعات الثقافية ركزت على تطوير المدن ليطلق عليها مدناً إبداعية من خلال تطوير الصناعات الإبداعية، ومناطق المعرفة الإبداعية، بالإضافة لتجربة الصين الأولى عالمياً في الصناعات الثقافية، ويمكن الاستفادة من هذه التجارب في تمكين الصناعات الثقافية بمصر.

ثانياً: أن الدراسات وثيقة الصلة، تقدم لنا وصفاً لهذه الصناعات دون استراتيجية واضحة لدمج هذه الصناعات في الاقتصاد الإبداعي.

وعليه تتناول الدراسة الراهنة رؤية تنموية للصناعات الثقافية ودورها في بناء اقتصاد إبداعي، يعتمد علي استثمار رأس المال البشري الجماعة المبدعة (الحرفيين والفنانين) في أحد القطاعات الأساسية للصناعات الثقافية "الحرف التقليدية" لتغطية الفجوة النظرية والتطبيقية في هذا المجال.

٢ - إشكالية الدراسة :

تعتبر الصناعات الثقافية من أسرع الصناعات نمواً في العالم، كما أنها خيار إنمائي مستدام يعتمد علي مورد فريد ومتجدد هو الإبداع البشري. وتشتهر الصناعات الثقافية بقيمتها الاقتصادية ودورها المتزايد في إنتاج الأفكار الإبداعية.

ومن وجهة النظر التنموية توفر عمليات الإبداع والابتكار في الصناعات الثقافية في البلدان ذات الموارد الطبيعية والمالية المحدودة فرص عمل محلية أقل تأثراً بالمخاطر والأزمات الاقتصادية على المستويين الإقليمي والعالمي، ويرجع ذلك إلى اعتمادها على رأس المال البشري أكثر من المال، كما أنها قادرة على توفير أسواق محلية لمنتجاتها، ولا تؤدي

لمشكلات بيئية وصحية.

ويرجع الاهتمام الدولي الراهن إلى الأخذ بالاقتصاد الإبداعي لانفتاح الأسواق العالمية في ظل العولمة، وتطور وسائل الاتصال، وزيادة معدلات الرفاهية، وارتفاع أسعار الطاقة والمواد الأولية، وحاجة الدول غير الصناعية إلى إيجاد وسائل جديدة تسهم في زيادة معدلات الدخل وأصبحت الحاجة ملحة إلى إنتاج سلع وخدمات تنافسية ذات جودة عالية قائمة على الإبداع والابتكار، وتلبي حاجات المستهلكين. ويمثل الاستثمار في مجال الهوية والإبداع والابتكار خيارًا مجديًا للتنمية المحلية ومصدرًا للميزة التنافسية في الاقتصاد الإبداعي. وتكمن المفارقة في أنه مع وفرة الموارد الثقافية ذات الطابع الإبداعي في جميع الدول النامية ومنها مصر، إلا أن خريطة توزيع هذه الصناعات في العالم تكشف عن وجود فجوة بين الدول المتقدمة والنامية، ويستدعي ذلك معرفة أسبابها، ومواجهتها. وانطلاقًا مما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة الراهنة في التساؤل الرئيس التالي:

"ما دور الصناعات الثقافية في دعم الاقتصاد الإبداعي بجمهورية مصر العربية؟"

٣- أهمية الدراسة:

١- علي المستوي المعرفي: الإضافة النظرية في مجال علم اجتماع التنمية، من خلال الإضاءة على المفاهيم والحقائق العلمية المرتبطة بالدراسة.

٢- علي المستوي التطبيقي: محاولة الدراسة الوصول إلى مجموعة مقترحات إجرائية، يمكن من خلال تطبيقها المساهمة في دعم الصناعات الثقافية "الحرف التقليدية نموذجًا"؛ حيث تتعرض الحرف التقليدية لمخاطر الإهمال، وغزو المنتجات الصينية للأسواق المحلية بأسعار تنافس منتجات الحرف التقليدية الأصيلة مما يؤثر على اندثار

هذه الحرف التي تحوي هويتنا الثقافية. وبالإضافة إلى ذلك تتجه استراتيجية تسويق المدن في العالم إلى التركيز المتزايد على صناعاتها الثقافية. وهنا يشكل القطاع الثقافي إحدى صور الاستثمار الأساسي، بما يدعم الاقتصاد الإبداعي المصري.

٤ - أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الراهنة إلى محاولة تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف علي واقع الصناعات الثقافية "صناعة الحرف التقليدية" نموذجًا.
- الكشف عن أهم الحرف التقليدية وعوامل نموها وازدهارها.
- تحديد معوقات مساهمة صناعة الحرف التقليدية في بناء الاقتصاد الإبداعي.
- تقديم رؤية تصورية لتعزيز دور صناعة الحرف التقليدية في الاقتصاد الإبداعي الوطني.

٥ - تساؤلات الدراسة:

وانطلاقاً من التساؤل الرئيس للدراسة، نحاول الإجابة عن التساؤلات الفرعية الآتية:

١. ما الأدوات الداعمة للصناعات الثقافية، والتي تؤهلها للمساهمة في الاقتصاد الإبداعي المصري؟
٢. ما أهم الفرص التي تمكن صناعة الحرف التقليدية؟
٣. ما المخاطر التي تواجه الأنشطة الخاصة بالصناعات الثقافية؟
٤. ما سبل تعزيز الصناعات الثقافية علي المستويات المحلية والإقليمية والدولية؟
٥. ما التصورات المستقبلية لتنمية الصناعات الثقافية بما يزيد مساهمتها في الاقتصاد الإبداعي المصري؟

٦- مفاهيم الدراسة:

أ- مفهوم الصناعات الثقافية Cultural Industries

تطور مفهوم الصناعات الثقافية منذ القرن الثامن عشر، وتضمن فكرة "المستهلك" و"المواطن". وظهرت فكرة هذه الصناعات نتيجة للتغيرات التي شهدتها التكنولوجيا والاقتصاد على المستوى العالمي بدءاً من التسعينيات من القرن الماضي، باعتبارها إحدى الآليات لزيادة الناتج المحلي (هارتلي، أبريل ٢٠٠٧، ص ١٢).

وتُعرف الصناعات الثقافية وفقاً لتعريف الأمم المتحدة بأنها "أوجه النشاط القائمة على المعرفة التي تستهدف الفنون، وتوفر عائدات من التجارة وحقوق الملكية الفكرية عند استثمارها، وتتكون من سلع رأس مالها الإبداع الثقافي، وتشمل منتجات أصولها مادية وخدمات غير مادية أصولها فنية وثقافية ذات مضمون إبداعي، وقيمة اقتصادية، تُستثمر في الأسواق الداخلية والخارجية" (مراياتي، ٢٠١٢، ص ٢٩).

ومن مفهوم الصناعات الثقافية نستخلص عناصر أساسية للمفهوم: الأول، العمل الإبداعي ويمثل أساس العملية الإنتاجية. والثاني، العمل التحويلي أو الإنتاجي وتوفير جميع الإمكانيات. والثالث، العمل التوزيعي أو التسويقي ويعد المستهلك أو السوق هو الهدف لتسويق المنتج، ويتم التسويق باستخدام التقنيات الحديثة، والدراسات الجيدة للسوق (فوزي، سبتمبر ٢٠١٦، ص ٢٠٩، ٢١٠).

ويمكن تحديد الصناعات الثقافية إجرائياً بأنها: صناعة قائمة على نشاط إبداعي بتحويل الموروث الثقافي إلى مخرجات إبداعية متمثلة في منتجات يدوية معبرة عن الهوية الثقافية القومية (الخزف، الحلي، النحاس، وغيرها) هدفها الحفاظ على الهوية وتجديدها، ويتم ترويجها أو اقتناؤها مقابل عائد مالي، وتوفر فرص عمل وتدريب للجماعة المبدعة، من خلال مركز

إبداعي متخصص للحرف التقليدية يتضمن قطاعات الإنتاج والتدريب والتسويق، بما يسهم في دعم الناتج القومي وتحسين فرص التنمية".

ب- مفهوم الاقتصاد الإبداعي Creative Economy

ظهر مفهوم الاقتصاد الإبداعي عندما تناوله البريطاني "جون هوكنز" وطبقه علي ١٥ نشاطاً صناعياً تبدأ بالفنون وتمتد إلى مجالات العلم والتكنولوجيا (تقرير عن الاقتصاد الإبداعي، ٢٠١٣، ص ٢٢). وعلى مدى السنوات الماضية، زادت أهمية الاقتصاد الإبداعي بشكل كبير، وأصبحت الصناعات الثقافية هي الدافعة للنمو الاقتصادي العالمي، وحفزت الاقتصاد الجديد. ولا يشير المفهوم فقط إلى مجال الثقافة بالمعنى الدقيق للكلمة، بل يشير أيضاً إلى السلع والخدمات الثقافية باعتبارها جوهر قطاع جديد وقوي يشار إليه بالصناعات الثقافية (Boccella & Salerno , 2016, p 291).

ويعد مفهوم الاقتصاد الإبداعي والثقافي نقطة التقاء بين الثقافة والاقتصاد، حيث تسيطر علي عالمنا اليوم الصور والرموز والأفكار التي تخلق الوظائف الجديدة والثروات، كذلك فهو وسيلة لتعزيز الدمج الاجتماعي والتنوع والتنمية (كونسلتينغ ، ٢٠١٠، ص ٩).

ويجمع الاقتصاد الإبداعي بين خطابات الصناعات الثقافية وتلك المحيطة باقتصاد المعرفة، ويرتبط الاقتصاد الإبداعي "بتتقيف Culturalization الحياة الاقتصادية" والتحول نحو التنظيمات الشبكية Networked وإعادة تثمين الإبداع كأحد مدخلات تكوين الثروة علي مستوى الاقتصاد العالمي. وهنا تظهر العلاقة بين الصناعات الإبداعية والسياسات الثقافية وعولمة الأسواق الثقافية، وتزايدت الاستثمارات العامة التي تشجع الأنشطة الإبداعية كجزء من الاقتصاد الإبداعي العالمي من منظور تحديث الثقافات القومية (هارتلي، ٢٠١٦، ص ٥٠).

ويُعرف الاقتصاد الإبداعي، بأنه ذلك الاقتصاد الذي يشكل فيه إنتاج

المعرفة وتوزيعها واستخدامها المحرك الرئيس لعملية النمو المستدام ولخلق الثروة، وفرص التوظيف في كل المجالات. كما يقوم على أساس إنتاج المعرفة، واستخدام ثمارها وإنجازاتها، بحيث تشكل هذه المعرفة مصدرًا رئيسيًا لثروة المجتمع ورفاهيته (دياب، ٢ فبراير ٢٠٠٩).

ويمكن تعريف الاقتصاد الإبداعي إجرائيًا بأنه "الاقتصاد القائم على تسويق المنتجات اليدوية الأصلية، وتنتجها جماعة مبدعة قادرة على دمج المعرفة الضمنية المتمثلة في الخبرات المكتسبة من التراث الثقافي والهوية القومية، والمعرفة الصريحة المكتسبة من التعليم والتدريب، لإنتاج منتجات إبداعية (خزف، حلي، نحاس، خيامية،...) تجمع بين الهوية الثقافية المصرية وخصوصيات المكان ذات جودة عالية وقادرة على المنافسة في الأسواق المحلية والدولية".

ج- مفهوم الحرف التقليدية Traditional crafts

تحمل الحرف التقليدية بداخلها هوية الشعوب وتراثها، واهتمت الدول في الآونة الأخيرة بدعم هذه الصناعات للحفاظ على الهوية الثقافية والاستفادة منها في دفع عجلة التنمية (عويضة، محرم ١٤٢٨، ص ٤٢).

كما تمثل الحرف التقليدية منظومة علمية لأشكال فنية معبرة مستمدة من التراث، ويغير فيها الحرفيون كل فترة، وتتأثر بتغير عادات وتقاليد المجتمع (بزي، ٢٠١١، ص ١٣٠).

وتعرفها وزارة التخطيط بأنها "الصناعات التي يتم فيها إنتاج السلع ذات الطابع البيئي الحرفي، وتعتمد بالأساس على المهارات اليدوية الفريدة باستخدام آلات بسيطة، ينتج عنها منتجات فنية (عوض، أكتوبر- ديسمبر ٢٠١٥، ص ١١٧).

وتعرف الحرف التقليدية إجرائيًا بأنها (فنون يدوية تمارسها جماعة مبدعة قادرة على إنتاج منتجات فنية إبداعية مستوحاة من التراث والهوية

الثقافية القومية "خزف، نحاس، حلي، خيامية، صدف وقشرة،.."، وتنتج في مركز متخصص مسئول عن تمويلها والتدريب على ممارستها وتسويقها).

٧- الإطار النظري للدراسة:

أ- نظرية مجتمع المخاطر

استخدم "أولريش بيك" مفهوم مجتمع المخاطر العالمي، ليصف مرحلة من مراحل تطور المجتمع الحديث، حيث أن سرعة التقدم التكنولوجي فرضت أنواعاً جديدة من المخاطر، واتسع معها مجتمع المخاطر خارج إطار الجوانب البيئية والصحية ليشمل أنواعاً أخرى من التغيرات مثل تغير أنماط العمالة، وانعدام الأمن المهني، وغيرها. وتتأسس نظرية مجتمع المخاطر علي عدة مسلمات وفقاً لرؤية "بيك" منها انتشار المخاطر الحالية بغض النظر عن المكان الجغرافي أو الزمان أو الاعتبارات الاجتماعية، كما تؤثر المخاطر على الدول والطبقات الاجتماعية، وتظهر آثارها علي الجانب الشخصي والعالمي على حد سواء (غدنز، ٢٠٠٥، ص ١٤٣). وتتأثر الفئات الأقل دخلاً في مجتمع المخاطر العالمي بالمخاطر وانعدام الأمن الوظيفي بدرجة تفوق الأغنياء (Beck, 2009, p 3). وأخيراً فالمخاطرة مفهوم انعكاسي لأنها ترصد الفوائد والأضرار، وبالتالي نحسم المستقبل في الوقت الراهن (بيك، ٢٠١٣، ص ٥١).

ويُعرف "بيك" المخاطرة بأنها التنبؤ بالكارثة، مع إمكانية حدوث تطورات وأحداث مستقبلية (Beck, 2009, p 3). وتتميز التصورات الجديدة لمجتمع المخاطر بثلاث سمات: الأولى، نزع الطابع المحلي، فلا تقتصر أسبابه وعواقبه على منطقة جغرافية واحدة بل تتخطي الحدود. والثانية، عدم الكفاية وعواقبها لا تحصى. والسمة الأخيرة، عدم التعويض والتي بدأت في الانهيار وحل محلها مبدأ الاحتياطات الوقائية بمحاولة التنبؤ بالمخاطر التي لم يثبت وجودها ومنعها (Beck, 2008, p 3,4).

كما يرتبط مفهوم المخاطرة بمفهوم الهشاشة الاجتماعية فهما وجهان لعملة واحدة، ويعد مفهوم الهشاشة الاجتماعية مفهوماً جمعياً يشمل الأساليب والقدرات التي يمتلكها الأفراد والجماعات والشعوب وتمكنهم من مواجهة المخاطر وعدم الأمن الاجتماعي أو لا تمكنهم. وتتحدد الهشاشة الاجتماعية منهجياً عن طريق الرؤية اللاقومية، بتحديد وحدة تحليل الهشاشة أولاً أو المعرض للخطر، ثم تقصي أصل الخطر خاصة عبر الحدود، وأخيراً تقديم إطار لصناع القرار (بيك، ٢٠١٣، ص ٣٢١).

ويؤكد "بيك" أن الخطر المعالج إعلامياً يمكن أن يمنح صوتاً عالمياً للفئات المعرضة للمخاطر وعدم الأمن، حيث يمارس الإعلام دوراً تنويرياً، إلا أنه من جهة أخرى يوضح "بيك" الصفة الانتقائية لوسائل الاعلام التي لا تتبع مبادئ التنوير بل تتبع مبادئ عقلية السوق، واستثمار رأس المال (Beck, 2006, p 339).

ووفقاً لما سبق نعرض إطاراً تصورياً نظرياً مفسراً لواقع الصناعات الثقافية (صناعة الحرف التقليدية نموذجاً) فيما يلي:

أ- تواجه الصناعات الثقافية في الآونة الأخيرة مخاطر متنوعة من أهمها ما يمكن أن نسميه بالتجريف الثقافي واندثار بعض الحرف اليدوية. وبذلك تفقد هذه الصناعات تأثيرها في الحياة الاجتماعية والاقتصادية وقدرتها على استيعاب العمالة.

ب- وفي ضوء مفهوم الهشاشة الاجتماعية تتعرض صناعة الحرف التقليدية لمخاطر غزو منتجات حرفية أجنبية تهدف لتذويب الثقافة المصرية في ثقافات أخرى لتدميرها وعلى رأسها غزو المنتجات الصينية للأسواق المصرية بمنتجات مستوحاة من العقيدة الدينية ومظاهر الحياة الاجتماعية المصرية بجودة وخامات دون المستوى، في مقابل ارتفاع أسعار الخامات المستوردة بما يؤثر على زيادة سعر

المنتج المحلي النهائي، وكذلك عدم إقبال الشباب على تعلم الحرف التقليدية لانعدام الأمن المهني في ظل عدم دعم الدولة لهذه الصناعات، وعلى هذا تزداد هشاشة صناعة الحرف اليدوية مع تناقص الإمكانات الاقتصادية المدعمة لها.

ج- ومن جانب آخر تؤدي العولمة إلى تنميط أذواق المستهلكين ونشر سلع متجددة بما يؤثر على المنتجات الإبداعية الحرفية الأصيلة.

ب- نظرية رأس المال البشري Human Capital Theory

بلورت أبحاث "تيودور شولتز" نظرية رأس المال البشري، وفسرت أهمية نمو المكونات الأقل مادية "رأس المال البشري" في زيادة الدخل. وبذلك يصبح الاستثمار في رأس المال البشري ميزه تنافسية للاقتصاد لنموه بمعدل أسرع من رأس المال المادي. وركز "شولتز" على الاستثمار في التعليم والتدريب لأهميته لرأس المال البشري ولتحقيق قيمة مضافة للاقتصاد (الهادي، ٢٠٠٦، ص ١٥٧).

ويشمل مفهوم رأس المال البشري "المعارف والمهارات المميزة للموارد البشرية والتي تكتسبها أو ترثها، وتعد مصدرًا لاكتساب الدخل، ويمكن تنميتها بالاستثمار في التعليم والتدريب المستمر". وبذلك يعد التعليم أحد أجزاء مفهوم رأس المال المعرفي (العربي، ٢٠٠٧، ص ٥٥، ٥٦).

وبهذا يعتبر التعليم ورأس المال البشري أصولاً معرفية وأهم مصادر الكفاءة والمنافسة بين المجتمعات لتأثيرهما المستدام على النمو الاقتصادي، والتنمية الاجتماعية، وجودة الحياة. كما يقاس تقدم المجتمعات بكم المعرفة لدى أفرادها، والتي تتميز بالتراكم وأنها غير قابلة للفقْد، كما أن عائدات المعرفة لرأس المال البشري من أغلى العوائد وهي الثروة المتجددة للدول (الزيات، ٢٠١١، ص ٣٨٣، ٣٨٤).

وتتمثل فروض نظرية رأس المال البشري في:

الفرض الأول: يتكون رأس المال البشري بواسطة الأفراد بتنمية واستثمار قدراتهم.

الفرض الثاني: تتحدد مكاسب الأفراد على قدر إنتاجهم.

الفرض الثالث: تتميز الموارد البشرية بأبعاد كمية وكيفية، ويؤدي تنمية الأبعاد الكيفية لنمو الإنتاج الكمي للأفراد.

الفرض الرابع: يُقدر الاستثمار في رأس المال البشري بمقدار ما تم إنفاقه للوصول للإنتاج.

الفرض الخامس: يعد التعليم أهم أداة لتنمية رأس المال البشري، يليها التدريب أثناء العمل (الزيات، ٢٠١١، ص ١٥٨، ١٥٩).

نحو إطار تصوري نظري مفسر لموضوع الدراسة:

أ- تتزايد أهمية رأس المال البشري (الجماعة المبدعة في صناعة الحرف التقليدية)، كلما نمت المهارات والمعارف "الضمنية" والمكتسبة" التي تمتلكها هذه الجماعة، والتي تكتسبها بالتعليم والممارسة.

ب- يعد التدريب أثناء العمل من أهم الأدوات لتنمية رأس المال البشري وصقل مهارتها حيث يؤدي إلي تعزيز القدرات وتحسين العملية الإنتاجية كمًا وكيفًا، وينتج عنه سلع إبداعية قادرة على المنافسة عالميًا.

٨- الصناعات الثقافية وإثراء الاقتصاد الإبداعي:

يرتبط الاقتصاد الإبداعي ارتباطًا وثيقًا بالصناعات الثقافية، وتشير إلى أشكال الإنتاج والاستهلاك الثقافي التي تشكل في مركزها عناصراً رمزياً أو معبراً عنه (Boccella & Salerno , 2016, p 292)

وبدأ الاقتصاد الإبداعي في النمو، ووصل مجموع صادرات الدول

النامية من السلع الإبداعية ٦٣١ مليار دولار عام ٢٠١١، وتضمنت الصادرات أعمالاً فنية ومنتجات حرفية وتصميمية، وأصبح مهماً أن تنمي المراكز المنفردة ما لديها من مزايا تنافسية على صعيد الخصائص المكانية، وخاصة مع تزايد سمعة منتجات معينة تحوي تصميمات تعبيرية ودلالات رمزية (تقرير عن الاقتصاد الإبداعي، ٢٠١٣، ص ٤٣، ٤٤).

ويشير المصطلح إلى إنتاج كبير يشمل السلع والخدمات التي تنتجها الصناعات الثقافية وتعتمد على الإبداع والابتكار. فمنذ الوقت الذي كان فيه مصطلح "الاقتصاد الإبداعي" شائعاً في عام ٢٠٠١، أنتج هذا الاقتصاد ٢,٢ تريليون دولار أمريكي في جميع أنحاء العالم في عام ٢٠٠٠ وازداد بمعدل سنوي قدره ٥ في المائة. كما يشكل القطاع الثقافي ما يقرب من ٤,٥٪ من الاقتصاد الأوروبي (Boccella & Salerno, 2016, p 292).

وتناول "دوغلاس كلارك" "Douglas Clark" الرؤية الإيجابية للعولمة في دعمها للتراث الثقافي، فلا يمكن إدارته بدون عولمة، وسن القوانين الميسرة لعملية التبادل الثقافي العالمي ونقل الخبرات. وفي المقابل تظهر الرؤية السلبية للعولمة على التراث الثقافي، ويؤكد "أوجينو غالديري" "Eugenio Galdieri" على أهمية الحفاظ على الهوية الثقافية للشعوب والتي تتأثر بتزايد موجات العولمة (عليان، ديسمبر ٢٠٠٥، ص ١٧٩، ١٨٠).

وسعى الاقتصاد الإبداعي في مرحلة ما بعد الحداثة لتحويل الأشياء إلى سلع، وفك الارتباط بين الإنسان وتراثه وتحويل التراث لسلعة من ناحية، ومن ناحية أخرى فك الارتباط بين المجتمع وتراثه من خلال الجماعة المبدعة، فهذه الجماعة وليس المجتمع المحلي هي المسؤولة عن إنتاج التراث الثقافي، وتستخدم مهاراتها في تحويل التراث إلى سلعة يتم تسويقها. ويظل المجتمع المحلي حارساً فقط للمواد الأولية ومنها "التراث الثقافي" (العراقي، يوليو ٢٠١٥، ص ٨٦، ٨٧). وبذلك تولد الأنشطة الثقافية صناعات جديدة

وأسواقاً متخصصة يمكن أن تستقر وتطور (Grefte, 2014, p 73).

ويعد الاقتصاد الإبداعي جزءاً من استراتيجية شاملة للتنمية يُسهم في تنمية الاقتصاد الوطني. وعملياً قد يصعب قياس حجم النتائج الناجمة عن دعم الصناعات الثقافية للاقتصاد الإبداعي، إلا أنها لا تقل أهمية عن غيرها (تقرير عن الاقتصاد الإبداعي، ٢٠١٣، ص ١٠)

٩- الجماعة المبدعة الداعمة للصناعات الثقافية:

تمثل الصناعات الثقافية أرقى صور التنمية في مصر لاهتمامها بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تدر أموالاً ضخمة مقارنة بالمشروعات الكبيرة التي تحتاج لرؤوس أموال ضخمة. ويعد الإبداع أساساً للمزايا التنافسية (إبراهيم، مرجع سابق، ص ١٧). وتنشأ الصناعات الثقافية على تحقيق الاستفادة القصوى من القدرات المبدعة وقدرتها الخلاقة على الإبداع، مع الحفاظ على التراث الثقافي وإحيائه (باشا، خريف ١٩٨٦، ص ٧٧). كما يعتمد الاقتصاد الإبداعي على تعبئة المهارات لإنتاج السلع المبتكرة (Grefte, 2014, p 73).

وهنا يُقصد بالإبداع كل الأعمال الكبيرة أو الصغيرة التي يقوم بها الأفراد والمؤسسات فرادي أو فرق عمل، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، شريطة نجاحه من الناحية الفنية أو التطبيقية وكذلك فعاليته من الناحية الاقتصادية والتنافسية (إبراهيم، يوليو ٢٠١١، ص ١٦). أما عن المفهوم الاجتماعي للإبداع، فتناوله "روجرز" بأنه "بداية الأخذ بمنتج جديد نسبياً، نشأ عن التفاعل بين قدرات ينفرد بها فرد معين، وبين ظروف حياته والأحداث والشعب الذي ينتمي إليه". وتناوله "جيرارد" بأنه "فن ينطبق على أية محاولة إبداعية وعلى عملية تجسيد هذه المحاولة في الواقع، وعلى المحصلة المادية لهذه العملية، وعلى تقدير هذه المحصلة". وبالتالي فالعملية الإبداعية من المنظور الاجتماعي هي العملية التي يتم من خلالها إنتاج الموضوعات

الإبداعية وتصير عناصر ثقافية. ويصبح المنتج الفني تعبيراً عن ذات الفنان (جلبي، ١٩٩٦، ص ١٣٩، ١٤٠).

وتتكون الوظيفة الاجتماعية للإبداع من مجموعة مكونات تتمثل في أفراد مبدعين وتوفير عوامل لنموهم، والبنية التحتية والتنظيم، والمال، والأسواق، وحقوق الملكية الفكرية. ويتم تعزيز وتنمية مساحة الثقافة في المجتمع المصري من خلال تعظيم العوائد الشخصية للمبدعين وتوسيع قاعدتهم، وترويج انتاجهم الإبداعي (رؤي لإطار عام لسياسة مصر الثقافية، نوفمبر ٢٠١٥، ص ٥١، ٥٢).

وقد أعاد صعود الجماعة المبدعة النظر في أعمال "ريتشارد فلوريدا" حيث يعرفها (بأنها الفئة التي تتراوح مهنها بين الفنانين والحرفيين، ومصممي البرمجيات، والخبراء المهنيين المبدعين - Pratt, 2016,p107- 117).

ويؤكد "ريتشارد فلوريدا" أن جماعة المبدعين ستكون مؤثرة وستفرض طريقة عملها وساعات العمل (الجامعي، أبريل ٢٠١٤، ص ٣٤٠). ونظراً لأن الإبداع يمثل مرونة فكرية وخروجاً عن المعتاد، فإنه في حاجة إلي مناخ مؤسسي يمثل التسامح حده الأدنى، والتشجيع حده الأوسط، والتعزيز والتقدير حده الأعلى (جلبي، ١٩٩٦، ص ١٥٢). ووفقاً لطبيعة العمل في الصناعات الثقافية يصنف العاملون بها إلى أربع طبقات على شكل هرم قاعدي يمثل الطبقة الأولى المحترفون على قمة الهرم وهم متفرغون للعمل الثقافي وعددهم أقل من الطبقات الأخرى، والثانية أكثر عدداً من طبقة المحترفين، وهم الذين يتخذون من الصناعات الثقافية عملاً إضافياً بجانب عملهم الأساسي، ويلبها المتطوعون الذين يعملون تطوعاً في النشاط الثقافي، وأخيراً الهواة وهم غالبية القوي العاملة في النشاط (مراياتي، ٢٠١٢، ص ٥٥، ٥٦).

وتتأصل جذور الصناعات الثقافية في التقاليد، وفقاً لرؤية المبدعين

وتتساوي القيمة الثقافية لتلك المنتجات مع قيمتها الاقتصادية، وتصبح التجارة الثقافية وسيلة لاستمرار بقاء التقاليد الثقافية بإعطائها قيمة جديدة بإعادة ابتكار نفسها بطرق جديدة (كونسلتينغ، ٢٠١٠، ص ٣٥). وبذلك أصبحت الصناعات الثقافية أحد مصادر "القوة الناعمة" متجسدة في الإبداعات الفنية والثقافية (مركز الدراسات الاستراتيجية، ٢٠١٢، ص ٨١).

وأُتاحت التقنيات الجديدة للمنتجين المبدعين المجال لتسويق منتجاتهم بطرق غير تقليدية، ويمثل الإعلام الرقمي أهم التحولات متمثلاً في (الإذاعة، والهواتف النقالة، والتليفزيون، والبريد الإلكتروني، والمواقع الإلكترونية) (رؤي لإطار عام لسياسة مصر الثقافية، مرجع سابق، ص ٥٢).

ويعد تمكين ودعم قدرات المبدعين بالصناعات الثقافية، واحتضان المواهب الجديدة أحد المتطلبات الأساسية في ظل مجتمع المعرفة، ويتم من خلال الانطلاق علي محورين أساسيين الأول، التدريب المستمر لبناء قدرات المبدعين، وتنمية الجمهور، وتسويق الفنون المتنوعة باستخدام أدوات الإعلام الرقمي. والثاني، تأسيس مراكز لتطوير المهن الفنية، وتنمية المواهب واستغلالها مستقبلياً (رؤي لإطار عام لسياسة مصر الثقافية، نوفمبر ٢٠١٥، ص ١٤، ١٥).

وتصنف المعرفة الداعمة للجماعة المبدعة إلي نوعين رئيسيين: الأول، المعرفة الضمنية وتتمثل في المهارات المتكونة في اللاوعي داخل عقول الأفراد، ويصعب نقلها بسهولة للآخرين. والثاني، المعرفة الظاهرية وتتصل بالمعلومات الظاهرية التي يمكن للأفراد تناقلها واستخدامها (حسن؛ مددين، ٢٠١٦، ص ٥٥). وهنا تعد المعرفة الشاملة بالمجتمع المستهدف ضرورة لتفعيل القوة الناعمة تجاهه، ففعالية القوة الناعمة مبنية على المعرفة التامة بثقافة وتحديات المجتمع المستهدف. وتتكون معرفة المجتمع من مجموع المعارف الفردية الضمنية والصريحة بالمجتمع (رؤي لإطار عام

لسياسة مصر الثقافية، نوفمبر ٢٠١٥، ص ١١٢).

وأخيراً أوضح "شارلز ليدبيتر" أن النظام الاقتصادي يقوم على المعرفة والأفكار، وكيفية تحويل المعرفة الضمنية إلى معرفة ملموسة يمكن تجييرها، وبمعنى آخر لا بد أن تكون المعرفة قابلة للتسليع commodified (هارتلي، ٢٠١٦، ص ١٤٦، ١٤٧).

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة

١- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تسعى إلى التعرف على واقع الصناعات الثقافية- صناعة الحرف التقليدية- ودورها في دعم الاقتصاد الإبداعي، ووضع رؤية مستقبلية للصناعات الثقافية القائمة على الإبداع والابتكار لتساهم في تنمية الاقتصاد الإبداعي المصري.

٢- منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي الوصفي ذي الطابع الكيفي، حيث يتضمن أسلوب التحليل الكيفي مستوي تحليل الوحدات الصغرى، أو التحليل محدود النطاق، بتحليل البيانات التي تم الحصول عليها من المقابلات الفردية المتعمقة، للتعرف على رأي الحرفي المبدع في الأوضاع الحالية لصناعة الحرف التقليدية، وذلك بالاعتماد على طريقة دراسة الحالة للوقوف على الوضع الحالي لصناعة الحرف التقليدية كأحدى صور الصناعات الثقافية في مصر، والجماعة المبدعة بها (الحرفيين والفنانين).

٣- أدوات جمع البيانات:

أ- دليل مقابلة متعمقة: تم إجراء مقابلات متعمقة مع عدد (٢٠ حالة) قيادات وحرفيين وفنانين، مع مراعاة التنوع في اختيار الحالات من حيث الخبرة المهنية وتمثيل الإناث والذكور:

• دليل مقابلة لقيادات المركز وأقسامه: وتضمن ثلاثة محاور: الأول، الأدوات الداعمة للصناعات الثقافية "صناعة الحرف التقليدية"، والثاني، الفرص والمخاطر الاجتماعية والثقافية التي تواجه أنشطة الصناعات الثقافية، والاقتصاد الإبداعي، وأخيراً رؤية مستقبلية لدعم الصناعات الثقافية في مصر.

• دليل مقابلة للجماعة المبدعة (الحرفيين والفنانين) وأقسامه: وتضمن ثلاثة محاور أساسية: الأول، البيانات الأساسية، والثاني، سبل تعزيز الجماعة المبدعة، وتضمن مؤشرات (المتغيرات الاجتماعية والأسرية المؤثرة على الجماعة المبدعة- والمتغيرات الشخصية والثقافية- ورعاية الجماعة المبدعة- والعلاقة بالآخر ودوره في التحفيز الإبداعي). والثالث، منظومة بناء القدرات للجماعة المبدعة.

ب- دليل دراسة الحالة: لمركز الحرف التقليدية بالفسطاط.

ج- مراحل صياغة الدليل: تم صياغه الدليل وفقاً لمجموعة مراحل متدرجة أهمها: الصياغة المبدئية في ضوء أهداف الدراسة، ثم التحكيم، يليها التعديل بعد التحكيم بإضافة بنود وحذف أخرى، وتجربته للتأكد من وضوح الأسئلة، ثم التطبيق الفعلي.

٤- مجالات الدراسة:

أ- المجال المكاني: مركز الحرف التقليدية بالفسطاط. وعن مبرر اختيار المركز لإجراء الدراسة لأنه المركز الوحيد والمتخصص في صناعة الحرف التقليدية على مستوى جمهورية مصر العربية. ويتكون من قسمين رئيسيين:

القسم الأول: مركز الخزف وتم افتتاحه عام ٢٠٠١م. والقسم الثاني: مركز الحرف: وبدأ عام ٢٠٠٥، ويشتمل مركز الحرف على ثمانية أقسام وهي: النجارة، والتطعيم بالصدف، القشرة، والزجاج المعشق بالجبس، والحلي، والخيامية، والنحاس، والنسيج.

والقسم الثالث: مدرسة الأمير تشارلز: بدأ برنامج المدرسة الأميرية للفنون التقليدية بالقاهرة بالتعاون مع مركز الحرف التقليدية بالفسطاط في مارس ٢٠٠٦. والتي تعد من أهم مدارس الحرف التراثية على مستوى العالم. وعقد برتوكول تعاون بين المدرسة ومركز الحرف بالفسطاط. وأخيراً القسم الرابع: تحت الإنشاء مخصص له حرف جديدة (نسيج بتوسع- زجاج بلدي- زجاج معشق بالرصاص).

أقسام مركز الحرف التقليدية بالفسطاط: وتظهر من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (١)

أقسام مركز الحرف التقليدية بالفسطاط

م	القسم	حرفي وفنان		الإجمالي	
		ذكور	اناث		
١	مركز الخزف	٢٠	٥	٢٥	
٢	مركز الحرف	ثمانية أقسام متنوعة وهي:		٢٦	
		٧	٠		قسم النجارة
		٣	٠		الزجاج المعشق بالجبس
		٣	٠		قسم الحلبي
		٣	٠		الخيامية
		٢	٠		قسم النحاس
		٣	٠		التطعيم بالصدف
		٣	١		القشرة
		١	٠		نسيج
٣	إداري ومشرف وأمن			١٥	
الإجمالي العاملين بالمركز				٦٦	

ب-المجال البشري: اتخذت الدراسة الحرفي المبدع وحدة تحليل؛ نظراً لأنه القادر على تحويل التراث الثقافي إلى قيمة فنية قادرة على المنافسة في

الاقتصاد الإبداعي. وتكون الإطار الذي أُخذت منه العينة من الحرفيين والفنانين على رأس العمل بمركز الفسطاط للحرف التقليدية.

ج-المجال الزمني: تم تطبيق الدراسة الميدانية في الفترة من شهر مارس إلي شهر يونيو ٢٠١٧م.

٥- اختيار حالات الدراسة:

أ- إجراءات اختيار حالات الدراسة:

تم إجراء مقابلات متعمقة لعدد (٢٠ حالة) اثنين من القيادات، وثمانية عشرة حالة (حرفي وفنان). وقد راعت الدراسة أن يكون العدد الأكبر من الحالات للحرفيين والفنانين المبدعين لكونهم الأعمدة الرئيسية للصناعات الثقافية. وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية طبقية، لعدم التجانس بين فئات العينة من حيث النوع، والتعليم، والتنوع في ممارسة الحرف (خزف، نحاس، خيامية، حلي...)، وطبقت الدراسة على ٧ حالات من مركز الخزف، و١٣ حالة من مركز الحرف.

وتوجد مبررات لاختيار حالات الدراسة: من العاملين بمركز الحرف التقليدية بالفسطاط مع مراعاة التنوع في الاختيار وفقاً لعامل الخبرة للحرفيين، بالإضافة إلى الجانب العلمي التخصصي للفنانين.

ب- سمات حالات الدراسة وملاحظاتهم العامة:

تميزت الحالات بالخصائص التالية :

- السن: تقع حالات الدراسة في الفئة العمرية من (٢٠-٥٠) سنة بحيث تكون على رأس العمل وتجمع بين الشباب والخبرة، موزعة كالتالي: ٦ حالات في الفئة العمرية (٢٠-٣٠)، و٦ حالات في الفئة العمرية (٣١-٤٠)، و٨ حالات من (٤١-٥٠).
- المستوى التعليمي: تنوع المستوى التعليمي للحالات (٧ تعليم عال-

٦ تعليم متوسط - ٤ فوق المتوسط-٣ إعدادية) كما ظهر بدء توجه المستويات التعليمية العليا إلى هذا النوع من الصناعات خاصة من كليات الفنون التطبيقية والفنون الجميلة مما يمثل تحولاً نوعياً لجماعة المبدعين يجمع بين المهارة والدراسة العلمية وبما يسهم في تحسين المنتج النهائي، ويزيد من قدرته التنافسية.

- **الحالة المهنية:** شملت الحالات ١٣ حرفياً و٧ فنانين، وهو متغير كفي مهم يعكس الاتجاه للمهنة بالوراثة للحرفي ، وبالتعليم للفنان (خريجي كليات الفنون التطبيقية والفنون الجميلة).

- **النوع:** شملت الحالات (١٧ ذكراً - ٣ إناث) ويرجع سبب ارتفاع عدد الذكور مقابل الإناث أن الحرفة كانت تعتمد في الأساس على الذكور من خلال تعليم الصبية على أيدي مُعلمي الحرفة، ثم تلى ذلك دخول المرأة للمجال بدخول خريجي كليات الفنون الجميلة والفنون التطبيقية لطاقتهم عمل المركز ليجمع مركز الحرف التقليدية بين الخبرات والكفاءات العلمية المتخصصة.

- **القسم:** شملت الحالات العاملين بمركز الخزف (٧ حالات)، بالإضافة إلى ١٣ حالة من مركز الحرف موزعة كالتالي (١ زجاج معشق بالجبس، و٢ نحاس، و٢ قشرة، و٢ نجارة، و٢ خياميه، و١ نسيج، و٢ حلي، و١ صدف).

ثالثاً: تحليل نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

التساؤل الأول: الأدوات الداعمة للصناعات الثقافية للمساهمة في الاقتصاد الإبداعي

استعرضت الباحثة في البداية مركز الحرف التقليدية بالفسطاط للتعرف على أقسام المركز، وأنواع الحرف اليدوية، كمدخل تمهيدي للدراسة الميدانية.

١ - جاهزية البنية التحتية لدعم صناعة الحرف التقليدية بالمركز:

أكدت حالات الدراسة أن مركز الحرف التقليدية بالفسطاط إحدى أهم الأدوات الداعمة لنمو صناعة الحرف التقليدية في مصر، بما يمتلكه من بنية تحتية قادرة على دعم هذه الحرف والتي تتمثل في:

أ- توافر الجماعة المبدعة وجاهزيتها:

تعرف الجماعة المبدعة بأنها الفئة التي تضم الفنانين والحرفيين المبدعين وتتكون من فردين أو أكثر بينهم علاقة صريحة وتفاعل اجتماعي وأنشطة متبادلة ويتحدد من خلالها الأدوار والمكانة الاجتماعية لأفرادها، وتسعى لتحقيق هدف مشترك.

وحول مدى توفر المبدعين بمركز الفسطاط، أكدت الحالة رقم ٢ (المركز فيه أمهر الحرفيين في مصر، جزء كبير منهم وارث الحرفة عن الأهل).

وهنا تتوفر مواصفات الجماعة المبدعة بمركز الفسطاط للحرف التقليدية والمتمثلة في (حرفي أو فنان علي رأس العمل بمركز الفسطاط، يمارس حرفة يدوية ويقتنها بمهارة، بينهم تفاعل اجتماعي وعلاقات عمل واضحة، لتحقيق هدف أساسي وهو وصول مركز الفسطاط لمكانة عالمية).

ب- التجهيزات والأدوات اللازمة للإنتاج:

تعتبر التجهيزات المناسبة أساس كل عمل جيد وتشير الحالة رقم ١٧ (المركز فيه آلات تصنيع الخزف، وأفران مربعة "متر في متر" ومتوفر آلة تجهيز الطينة، بس لازم نتطور مع الزمن فيه ماكينة هيدوروليك فيها استتبه حديد بتسرع الانتاج والطينة المستعملة معاها بتاخذ نسبة مية ١% أو ٢% وبتنزل في الاستتبه الحديد تطلع جاهزة في الحال، وده عكس الطينة اللي بشكلها بإيدي لازم تكون لينة نسبة المية فيها ٥٠% وبتاخذ وقت أطول عشان تتشف عكس الآلة اللي بتاخذ العجينة اللي نسبة المرونة فيها أقل من

٢% مية وده يساعد على سرعة الانتاج. كمان التطوير وصل لمكنة عمل الطين، عندنا حوض من السيراميك فيه موتور بيلف الريش ويقلب الطينة، لكن طلع مكنة متطورة تعمل الطين أقوى من كدة وأسرع، كمان ظهر في أفران حرق عبارة عن خط طويل طوله ٥٠م وفيه ٧٥م نظام عربيات كل مكان له درجة حرارة معينة وفيه كابل قياس درجة الحرارة وتبدأ المجففات وبعدها حرق الشغل وبعدها تهدى الحرارة وبعدها تبريد في آخر الخط ويخرج المنتج جاهز).

ويتضح من ذلك أنه تم تجهيز المركز بالمعدات اللازمة للإنتاج والأفران وتطويرها عبر مراحل زمنية مختلفة وتزويده بأفضل أفران الحرق بالكهرباء وغيرها من الأدوات، لكن مع زيادة التواصل بين الجماعات المبدعة بالمعارض الخارجية يتضح التطور السريع في طريقة التصنيع خاصة في الصين مما يكون له أثر واضح في خفض تكلفة الانتاج، وزيادة نسبة الصادرات من المنتجات الثقافية بأسعار معقولة وأثر ذلك علي المنتج المصري.

ويتفق ذلك مع وصلت إلية دراسة (الجامعي، أبريل ٢٠١٤، ص ٤٢١، ٤٦٦) أن توفير البنية التحتية للصناعات الإبداعية ساهم في نمو اقتصاد المملكة العربية السعودية.

ج- تسويق منتجات المركز:

توضح الآراء أن نشاط التسويق جيد إلا أنه غير كاف، ووفقاً لرأي الحالة رقم ٤ (لما بنشارك في المعارض الخارجية أبسط حاجة بنعملها ينبهروا بيها، المشكلة عندنا في التسويق عندنا امكانيات تخيلنا أسياد العالم لكن مفيش تسويق).

ومن ثم بدأت الدراسة تبحث عن خطة التسويق الموضوعية بالمركز ومدى كفايتها، وفي هذا الإطار تناول الحالة رقم ١ "مدير المركز" (بداية من

٢٠١٥ ويتم التسويق في المعارض الثابتة معرض الإمارات من ١١/٢١ وحتى ١٠/١، وعمان ١٥ يناير، ونيودلهي بالهند أول أبريل، والجنادرية بالسعودية أول فبراير، الصين في مايو، ومعرض عكاظ والطائف بالسعودية في يوليو، ومعرض باريس في سبتمبر، مع التوزيع الداخلي في منافذ البيع الدائمة ١١ منفذ بيع تابعة لصندوق التنمية الثقافية في محافظات مصر، كمان المركز ببيوزع منتجاته للجاليبرهات المتخصصة في صناعة الحرف التقليدية بأنواعها المختلفة).

ومن خلال ذلك يتضح نشاط المركز في الفترة الأخيرة ٢٠١٥-٢٠١٦ إلا أنه ما زال غير كاف، مما جعل إدارة المركز تخطط للتوسع في المعارض الدولية.

وتعرض الحالة رقم ٣ أهمية التسويق (الصين نجحت عشان عرفت الكوادر اللي عندها شكلها ايه وبتعطيه مساحة للشغل وتوفر له الآلات والمعدات والخامات وكمان الدولة بتساعده في التسويق).

وبذلك يتضح أهمية الربط بين هذه المقومات وبين استمرار صناعة الحرف التقليدية والحفاظ عليها من الانقراض. ويتفق ذلك مع ما وصلت إليه دراسة (Shan, 2014, p 115-121) من تطور الصناعات الثقافية بالصين في بداية القرن الحادي والعشرين. ووفقاً للإحصاءات نمت الصناعات الثقافية منذ عام ٢٠٠٤ بمعدل نمو سنوي يزيد عن ١٥%.

التساؤل الثاني: فرص تمكين صناعة الحرف التقليدية

من خلال الدراسة الميدانية، تمثلت الفرص الاجتماعية والثقافية فيما

يلي:

١. الموقع الفريد: يقع المركز في منطقة الفسطاط التي تعد من أهم مناطق مدينة القاهرة العريقة وأكثرها ثراءً حضارياً. وتضم مدينة الفسطاط أول مسجد في مصر "مسجد عمرو بن العاص"، بالإضافة

إلى أعظم المناطق الأثرية والدينية المهمة مثل المتحف القبطي وكنيسة أبي سرجة والست بربارة، والمعبد اليهودي. ويظهر أهمية الموقع في رأي الحالة رقم ٩ (الحرفة مفيش فيها جديد ماشين علي الموروث من العصر الفاطمي والقبطي والاسلامي وأنا هنا كل الأماكن دي قريبه منى بشوف الشكل واصممه).

وفقاً لذلك يتضح إلى أي حد كيف يسهم ذلك القرب من التراث الفاطمي والقبطي والاسلامي في تنمية الذاكرة البصرية للمبدعين.

٢. الهوية الفريدة وعدم وجود مراكز مماثلة: يعد مركز الحرف التقليدية بالفسطاط المركز الوحيد المتخصص على مستوى الجمهورية، ويتيح الفرصة الكاملة للجماعة المبدعة لممارسة إبداعاتها وتأكيد القيمة الفنية الإبداعية في صناعة الحرف التقليدية.

٣. المساحات المتاحة لممارسة الحرف التقليدية: تشير الحالة رقم ١٨ إلى أن (المركز عبارة عن قسمين مركز الخزف وفيه معرض للبيع، والورش والأفران. ومركز الحرف ثمانية حرف متنوعة، ومبنى تحت الإنشاء لمركز الحرف الجديدة " نسيج بتوسع - زجاج بلدي - زجاج معشق بالرصاص "). بالإضافة إلى ذلك تؤكد الحالة رقم ١ "مدير المركز" أن (النموذج المعماري للمركز صديق للبيئة مصمم بدون خرسانة، ونستخدم الكهرباء كمصدر طاقة نظيف في عمليات الحرق بالأفران لضمان السلامة والأمان، ولأن المركز تابع لجهة حكومية ويتم الالتزام بقوانين السلامة بنسبة ١٠٠%). كما اتضح من الدراسة الميدانية وجود فرص أخرى يتميز بها مركز الفسطاط وفقاً لرأي الحالة رقم ٢٠ (المنتج بجميع مراحلها من الإنتاج حتى البيع يتم بالمركز، والعرض في نفس مكان التصنيع، والنمط المعماري للمركز مميز وعلى طراز مباني حسن فتحي المشهورة).

ويتضح من ذلك مراعاة إدارة المركز للمساحات المناسبة لكل نشاط مع وضع تصور للأنشطة المستقبلية، وحرص المركز علي الأمن البيئي .

٤. **حماية الملكية الفكرية للمنتج:** وفي ذلك ذكرت الحالة رقم ١٩ (لا مفيش حقوق ملكية فكرية بنسُميها عندنا حقوق المركز بمعنى ينقش اسم الفسطاط على كل قطعة يتم إنتاجها بالمركز واسم الفنان الذي أبدعها، وده بيدعم التميز في الإنتاج الفني).

ويظهر من ذلك ابتكار مركز الفسطاط آلية للدعم المعنوي وحفظ حقوق الملكية الفكرية للفنانين والحرفين نظراً لعدم وجود تسجيل لحقوق الملكية الفكرية للمنتجات الثقافية كما هو متعارف عليه.

٥. **التدريب المستمر:** أشارت الحالة رقم ٢٠ إلى (مدرسة الأمير تشارلز بالمركز هي المسئولة عن التدريب وعمل مشاريع التخرج للطلبة وبعد كده نشده يشتغل معانا لو فيه شغل جاى للمركز ممكن ناخذ حد من اللي اتدرب معانا يشارك فيه). وتؤكد الحالة رقم ١) بيتم عمل ورش عمل بمدرسة الأمير تشارلز لتبادل الخبرات بين الفنانين المصريين والأجانب وفيه ورش عمل ومحاضرات الأيام الجاية مع الجانب الكوري عن تقنية الخزف في كوريا).

ويتضح هنا أن مدرسة الأمير تشارلز تمثل رأس مال معرفي دائم، وهى تهدف إلى التدريب على الحرف والتطوير فيها من خلال تواجد كوادر دولية على فترات متقاربة، مما يسهم في تشبيك المعرفة واستدامة تطوير الحرف. كما تهدف إلى الحفاظ على التراث الاسلامي بتخريج دفعات دبلوم مدته سنتين. ويوفر المركز المكان والمعدات، وتقدم مدرسة الأمير تشارلز الدعم المالي والتدريس والتجهيزات، وهذا التعاون أفرز خريجاً واعياً مبتكراً يطور التصميم وينفذه.

وتتفق هذه النتيجة مع نظرية رأس المال البشري حيث يعد التدريب

والتعليم المستمر أهم أدوات تنمية الإبداع للحرفي والفنان، كما تتجسد أهمية التدريب الدولي في التدريب على تصميمات جديدة وتبادل الخبرات، بما يشكل ثروة متجددة لرأس المال البشري المبدع وغير قابلة للفقد.

التساؤل الثالث: المخاطر التي تواجه الصناعات الثقافية "الحرف التقليدية نموذجاً"

أظهرت الدراسة الميدانية بعض المخاطر الاجتماعية والثقافية نجملها فيما يلي:

١- **ضعف التمويل:** يتبع مركز الحرف التقليدية بالفسطاط صندوق التنمية الثقافية، والذي يوفر الدعم المالي والخامات الفنية للمركز. إلا أن الحالة رقم ٣ أكدت علي (ميزانية المركز ضعيفة وده عمل مشكلة خصوصاً مع ارتفاع أسعار المواد الخام وأزمة الدولار، ونقص الخامات قبل ما توصل ميزانية المركز). وانفقت معها الحالة رقم ٥ (المكان بيوافر الخامات شغل حكومة والوزارة ثقيلة مثلاً مفيش أدوات أعلق بيها الشغل بحاول اهيبئ الظروف عشان اشتغل). ويتفق ذلك ما توصلت إليه دراسة (رؤي لإطار عام لسياسة مصر الثقافية) من وجود مشكلات تواجه الصناعات الثقافية منها ارتفاع أسعار الخامات المستخدمة، وانخفاض أسعار بعض الأعمال المماثلة المستوردة.

٢- **بعض الحرف مهددة بالانقراض:** وترجع الحالة رقم ٣ السبب في ذلك إلى (الناس مش مياله للقديم). ومن الحرف المهددة بالانقراض (الزجاج المعشق بالجبس) حيث إن العائد منها لا يغطي التكلفة. بالإضافة إلي عدم وجود مكافأة مالية للمتدرب أثناء فترة التدريب على الحرفة في قطاع التدريب. وضعف الرواتب، وأخيراً عدم التأمين ضد مخاطر العمل، مما يؤدي لعدم الإقبال على العمل بالحرف التقليدية.

٣- **سياسة الترشيح الحكومي:** تناول الحالة رقم ٢ بعض نقاط الضعف

بمركز الحرف (المركز تابع لجهة حكومية ولا تخفى المشاكل الروتينية خاصة في حالة نقص المواد الخام وده يبيأثر على إنتاج المركز، كمان بعض القوانين مش بتساعدنا نستعين بعدد أكبر من العاملين، وكمان المقابل المادي غير مجزى).

وتضيف الحالة رقم ١٣ (مفيش قانون يربط الإنتاج بالمرتب بمعني كل ما زاد الإنتاج يكون للحرفي نسبة على الإنتاج) وفي هذا الجانب تؤكد الحالة رقم ١٠ (هامش الربح لا يجوز عمل نسبة منه للعاملين بالمركز ولو اتعمل هيفرق في المبيعات والناس هتشتغل أكثر والبيع يكثر والربح يزيد).

وتتناول الحالة رقم ٣ صورة أخرى من المخاطر في (عدم إقبال الجمهور على شراء المنتجات اليدوية، وضعف الأفواج السياحية الكام سنة اللي فاتت وده أثر علي المبيعات).

٤- **ضعف تسويق المنتجات على المستوي المحلي والدولي:** وتوضح الحالة رقم ٤ رؤيتها في ضعف التسويق (التسويق له أهمية كبيرة موازية للإنتاج ولازم نغير الصورة الذهنية عن المنتج المصري وكمان أفدّر قيمة المعروض وازاي أعرضه، مشكلة المجتمع أن المستورد أحسن من المحلى والمجتمع محتاج انه يستوعب المنتج المصري)، ويتضح هنا عمق رؤية الحالة ويرجع ذلك إلي المستوى التعليمي (فنون تطبيقية). وكذلك تقترح حالة رقم ١٤ (زيادة التسويق بالمشاركة في المعارض في مصر وخارجها).

٥- **عدم التطوير:** وهنا تذكر حالة رقم ١٦ (عندنا في صناعة الحرف فجوتين الأولى: في التسويق، والثانية: في عدم التغيير لسه معتمدين علي القديم ومفيش تطوير).

ويتضح من ذلك أن الإبداع داخل نطاق الموروث الثقافي، ويتطلب التطوير التمكّن الحرفي، والإبداع في التصميم.

٦- انتشار المنتج الثقافي الصيني بالسوق المصري: الحالة رقم ١٥ (سعر المنتج المصري أعلي من الصيني لأن الخامات غالية، والكهرباء غالية لازم يبقى فيه حاجة تدعم الصناعة المصرية).

وهنا يؤثر المنتج الصيني -بسعره الرخيص نظراً لاستخدامه التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج الكثيف بتكلفة وجودة أقل- بالسلب على المنجز الإبداعي المصري الذي يتميز بالصناعة اليدوية والجودة العالية. ويتفق ذلك مع رؤية "بيك" لإحدى سمات المخاطرة، وهى نزع الطابع المحلي، حيث لا تقتصر أسبابها وعواقبها على منطقة جغرافية واحدة بل تتخطى الحدود، وهو ما نراه في انتشار المنتج الصيني بالسوق المحلي المصري.

٧- وأخيراً يبقى أهم التحديات وهو تقلص أعداد المبدعين، وتذكر الحالة رقم ١٢ (الشباب عاوز حاجة مكسبها سريع ومفيش عنده صبر يشتغل على توك توك أحسن ما يتعلم حرفة). وتؤكد الحالة رقم ١ (مفيش تعيين إلا من خلال إعلان مركزي كل سنة في شهر يناير، المركز تابع لقانون الخدمة المدنية، ومفيش تعيينات في السنين الأخيرة).

وبذلك يتضح عدم إقبال الشباب على ممارسة العمل الحرفي الإبداعي نظراً لضعف المقابل المادي، ومن ثم أصبحت الحرف التقليدية طاردة للعمال في ظل الأوضاع الاقتصادية الصعبة. وتتفق هذه النتيجة مع مقولات نظرية مجتمع المخاطر، حيث يشكل غياب المبدعين أحد المخاطر الاجتماعية Social Risk الرئيسية التي تهدد الاقتصاد الإبداعي، ويجب على الدولة التي تؤمن بأهمية الاستثمار الاجتماعي بأن تتجه لنوع جديد من الأمن وتنمية رأس المال البشري بدعم القدرات التنافسية للجماعات المبدعة بالتعليم والتدريب، وتنمية مهاراتها، وضمان الرقي في العمل، وتأمينهم مالياً ضد مخاطر العمل على المدى البعيد، ومواجهة المخاطر في السوق (خميس، ٢٠١٤، ص ٨٤، ٨٥).

التساؤل الرابع: سبل دعم وتعزيز الصناعات الثقافية

أكدت حالات الدراسة على وجود عدة مؤشرات تؤثر في تعزيز الصناعات الثقافية وتتمثل فيما يلي:

أ- تنمية قدرات الجماعة المبدعة

ينمو المناخ الإبداعي عند الربط بين القدرات الشخصية وعناصر البناء الاجتماعي في ظل آليات السياق العالمي، فتاريخ الحضارة الإنسانية إبداعي متميز يمد الإنسان بالفكر الإبداعي، وتختلف القدرة الإبداعية في الدرجة بين الأفراد، وهنا يرتبط الإبداع بالسياق الحضاري الاجتماعي الكلي الذي يشملها تؤثر فيه ويتأثر بها، وما وصلت إليه الحضارة الإنسانية حالياً نتيجة لتراكم الإبداعات الإنسانية. وعليه فإن الطاقة الإبداعية الكامنة لدي الجماعة المبدعة بصفة خاصة تتطلب تهيئة الظروف لكي تعلن عن نفسها في صورة منتجات إبداعية وألا تختفي أو تصاب بالضمور (عبدالوهاب، ٢٠١١، ص ٤١).

وتتعدد أدوات تنمية قدرات الجماعة المبدعة وتناولها فيما يلي:

❖ **متغيرات التنشئة الاجتماعية والأسرية المؤثرة في الجماعة المبدعة:**
أظهرت الدراسة الميدانية أن أغلب الحالات من الطبقة الوسطى، وبدأ العمل المهني بتشجيع الأسرة لممارسة المهنة، وهنا تشير الحالة رقم ٣ (كنت بنزل اشتغل في الاجازة في مصنع خزف ووالدي لقي لي ميول لتعليم المهنة ساعدني). وبصفة عامة فإن أغلبية عينة الدراسة اتجهت للمهنة كهواية دعمتها الأسرة بالممارسة ثم بالتعليم. كذلك توارثت مجموعة كبيرة المهنة مثل الخيامية الحالة رقم ١١ (اتجهت ليها لأنني بحبها وكمان مهنة والدي). واشترك المبدعون حالات رقم ٤ و ١٢ و ١٧ في حب المهنة، والهوايات الفنية (الرسم، والأرابيسك) ولا يخفي أثرها على تنمية الجوانب الإبداعية في شخصية الفرد.

❖ **متغيرات الشخصية الاجتماعية والثقافية المؤثرة على الجماعة المبدعة:**

ظهرت **المتغيرات الاجتماعية** في تأكيد الحالات المشاركة على التفاعل الجيد في محيط العمل، وتشير الحالة رقم ١٧ (بعمل علاقات في نفس المجال ودي مهمة عشان أطور نفسي، الفن مش مجال واحد فيه زخرفة، نحت وغيره المجال مفتوح كذا مجال جوه المجال نفسه وممكن أخرج خارج مجالي عشان أوسع خبرتي عشان الرؤية بتختلف من تخصص لتخصص). كما تمثلت **المتغيرات التنشئة الثقافية** في التنمية المعرفية في مجال التخصص، وتعبّر عن ذلك الحالة رقم ٤ (الإبداع بيكون نتيجة تراكم مورثات كثير بصرية، عقائد دينية، من المجتمع، البيئة، أشكال فنية اتعودت عليها، والشخص اللي بيكون من بيئة فنية بيكون له ميل للمدرسة اللي خارج منها الأهل، والتصميم بيكون ناتج من الذاكرة البصرية وعلى أساسها أعمل العمل الفني مش بيطلع شيطاني). أما عن مدى توافر حرية التفكير والإبداع، أجمعت معظم الحالات أن (الإبداع محدود جوه نطاق الموروث الثقافي في الحرفة أو التصميم).

❖ **خبرة الرعاية للمبدعين:** فتضمن نوعين، الأول: الرعاية الاجتماعية

وأجمعت الحالات على توفرها من تأمينات ومعاشات. كما تناولت الحالة رقم ١٧ (بحضر ورش عمل للتدريب وبنطلع سفريات خارجية على حسب العلاقات الدبلوماسية بين البلدين وفيه سفريات للعرض بس "معرض" وسفريات لعمل ورش عمل أو تبادل ثقافي وورش متبادلة بين البلدين). وبذلك يتضح النوع الثاني من خبرة الرعاية للمبدعين المتمثل في الرعاية المهنية والمعرفية.

❖ **العلاقة مع الآخر ودوره في التحفيز الإبداعي:** تؤكد الحالة رقم ٥ (رأي

زميلي مهم لي وأنا بختار الألوان، والتفريغ، وفي الفن النهائي رأييه مهم جدا).

وبالنظر إلى استجابات الحالات، نستنتج أن:

- أهمية العلاقات الاجتماعية بين جماعات المبدعين؛ حيث تُشكل رأس مال اجتماعي للمبدع، يزيد من خبراته وتميزه.
- أن الإبداع تراكمي وتختلف قيمة المنتج الفني باختلاف خبرات المبدعين والمستوى التعليمي.
- اهتمام الحرفيين والفنانين برأي الآخر فيما ينتجه، وتقبله لآراء الآخرين ووضعها محل اعتبار لإضفاء قيمة أكبر على إنتاجه الفني.
- اهتمام المركز بالتبادل الثقافي وورش العمل الدولية لدورها المهم في تنمية رأس مال القدرة البشرية وفقاً لرؤية "أمارتيا صن" كما تعد أساساً لمعيار (التنمية - والتطوير) الذي يهدف إلى توسيع فرص المعرفة والاختيار تأسيساً على الحق في التعليم، وتمكين المبدعين من بناء قدراتهم بما يزيد من قدرتهم على المنافسة الدولية.
- يسهم خلق الفرص الاجتماعية إسهاماً مباشراً في توسيع القدرات البشرية ونوعية الحياة، كما يسهم الاهتمام بالرعاية الصحية والتعليم والضمان الاجتماعي بصورة مباشرة في نوعية حياة الجماعة المبدعة، مما يؤدي إلى الخروج بمنتجات متميزة، وهنا نصل بالرعاية المتميزة للجماعات المبدعة ذات التكلفة القليلة، لعائد متميز وإنجازات (صادرات ثقافية قيمة) تمثل قيمة مضافة في الاقتصاد الإبداعي المصري.

ب- منظومة بناء قدرات الجماعة المبدعة

تتضمن منظومة بناء قدرات الجماعة المبدعة عدة عناصر:

- ❖ **مصدر الإبداع:** في هذا الصدد، أكدت حالات الدراسة أهمية الممارسة المستمرة في مجال الحرف التقليدية، وتتناول الحالة رقم ٢٠ (التدريب البصري مهم لتنمية الذاكرة البصرية والطبيعة أول مصدر ليها، وزيارة المناطق الأثرية والمعارض والكتب الفنية التراثية وكل المصادر الالكترونية والانترنت).

ويتضح أن كل هذه المصادر مجتمعة تنمي المخزون البصري للفنان، والذي يتطور حسب شخصية كل فنان وتخصصه، وينتج الإبداع نتيجة لتراكم موروثات (بصرية- عقائدية- بيئية- مجتمعية- فنية) اكتسبها المبدع خلال مراحل حياته وتراكمت في ذاكرته البصرية وبناء عليها يتم تنفيذ العمل الفني. وهنا تختلف المنتجات الفنية من فرد لآخر حيث يتناول كل فرد العمل الفني من منظوره الخاص.

❖ **ورش العمل والتدريب:** أكدت الحالة رقم ٥ (فيه ورش تدريب على فترات منتظمة في مدرسة الأمير تشارلز، المدربين علمونا الرسم النباتي والرسم الهندسي وده وصلني إني اعمل تصميم في مساحات ضيقة، الرسم في المساحات الواسعة سهل ومش بياخد وقت زي المساحات الضيقة، والورش مهمة في نقل الخبرات وفيها بطور نفسي وبتطور في التصميمات).

وهنا يتضح أن ورش العمل والتدريب بمركز الفسطاط للحرف التقليدية (خط- رسم- تقنيات ثابتة، رسوم نباتية، إسلامية، قبطية، وهندسية) تمثل تغذية عامة للمبدعين لتنمية إبداعاتهم، كما توفر ورش العمل الدولية فرص التشبيك لتطوير الأفكار وتبادل الخبرات والمهارات الفنية، وإكساب الفنانين المصريين والحرفيين مهارات جديدة. ووفقاً لرأي الحالة رقم ٦ (الحرفة سهلة لي وصعبة للآخر، ميعرفش يقلدني). كما تؤكد الحالة رقم ١ (نسبة مبيعاتنا كبيرة جداً في معرض الصين، وده دليل على قوة المنتج المصري). وهنا تكمن مهارة وإبداع الفنان المصري الذي تعطيه التميز والانتشار القوي بحيث لا يوجد منافس للمبدع المصري.

❖ **التشبيك مع فئات مناظرة:** تشير الحالة رقم ٩ (في المعارض اللي بنشارك فيها فرصة لتبادل الخبرة بنوصل لمرحلة اني عندي خبرة وموهبة تخليني أعمل تصميم بدون رسم هندسي). وهنا تظهر أهمية

المعارض الدولية لكونها توفر فرص تشبيك للحرفيين والفنانين مع مبدعين أجانب بما يسهم في تنمية قدرات المبدعين المصريين، وأصبحت منتجات الصناعات اليدوية قادرة على المنافسة القوية خاصة في المعارض الدولية.

وفي هذا السياق يُرجع "راجنيش نارولا" الابتكار إلى استثمار المعرفة ذات الصلة اقتصادياً، ويتم ذلك بابتكار منتج جديد أو إعادة دمج المعرفة المخترنة سابقاً. وهنا يصبح ابتكار المعرفة له أهمية اقتصادية. ويشير "تميز بولاني Polany" إلى أهمية كل من المعرفة الصريحة والمعرفة الضمنية في عملية دمج المعرفة في الاقتصاد. فالمعرفة الضمنية هي التي تتكون من تراكم الخبرة الشخصية للمبدع، ولا يمكن التعبير عنها بكلمات وتقتصر على الشخص المبدع في سياق معروف، كما أنها تُصقل عن طريق التعلم من خلال العمل Learning by doing، والتعلم بالاستخدام Learning by using. أما المعرفة الصريحة فيمكن تصنيفها وتسجيلها لنشرها بسهولة. والحدود بين نوعي المعرفة غير واضحة، والعلاقة بينهما حالة من التأثير المتبادل، ويمكن القول إن المعرفة الاقتصادية ذات مكونات صريحة وضمنية (نارولا، ٢٠١٦، ص ١١٢).

❖ **دعم المبدعين:** يتخذ المركز سياسة لدعم المبدعين من خلال الحوافز التشجيعية عن كل معرض يتم إنجازه، ووفقاً لرأي الحالة رقم ١ (موجود الدعم المادي حوافز تشجيعية بعد كل معرض، ودعم معنوي للمتميزين بترشيحهم للسفر لمعارض خارجية وبيكون فيها بدل انتقال كويس بالعملة الصعبة). ويتضح من ذلك أن يوفر المركز الأمن الأنطولوجي "اللامادي" للمبدعين عن طريق الحوافز المعنوية بترشيح صفة المبدعين للسفر بالمعارض الدولية، والتي تعد دعماً مادياً غير مباشر ويتم صرف عائد مجزٍ للتمثيل الخارجي.

ج- توفير التمويل الكافي:

التمويل الحالي من صندوق التنمية الثقافية وغير كاف خاصة مع نقص الخامات قبل موعد التمويل. وكذلك ارتفاع أسعار الخامات المستوردة.

د- الربط الشبكي:

أكدت الحالة رقم ١ (الدولة داخلة في مشروع قومي عبارة عن بوابة الكترونية زي بوابة الأمازون هتقوي التسويق لمصر). ويظهر من ذلك توجه الدولة نحو زيادة الاستهلاك الثقافي التشاركي باستخدام التسويق الإلكتروني الدولي لمنتجات مركز الفسطاط الإبداعية على المواقع الإلكترونية، بالإضافة إلى الربط بالدول الأخرى من خلال التمثيل الثقافي للسفارات المصرية بعرض منتجات المركز وإقامة وتنفيذ ورش عمل.

ويتفق ذلك مع رؤية "بيك" للدور التنويري للإعلام، وكيف يمكن أن يمنح الإعلام صوتاً عالمياً للفئات المعرضة للمخاطر (الجماعة المبدعة)، وعدم الأمن المهني.

وبالنظر إلى استجابات الحالات، نستنتج أن:

- يظل الإبداع داخل نطاق الحضارة الإسلامية والموروثات الثقافية للمجتمع. ويشكل ذلك لب العلاقة بين الروح المجتمعية، فكل أنواع الإبداع تزدهر داخل سياقها المجتمعي والثقافي. ويتشكل رصيد الجماعة المبدعة من رأس المال الثقافي والرمزي ويصبح مكوناً أساسياً في الممارسة والفعل، وينتج عنه منتجات إبداعية ذات قيمة اقتصادية عالية.

- ويتفق ذلك مع دراسة (Bontje, M& Musterd, S, 2009) و (Boccella & Salerno, 2016) و (علاوة فوزي، ٢٠١٦) فيما يلي:

▪ تلعب الصناعات الثقافية دوراً هاماً على المستوى الاقتصادي والاجتماعي، اقتصادياً تعد الصناعات الثقافية أكثر القطاعات نمواً

عالمياً واجتماعياً، كما تعد عاملاً مُهمًا للحفاظ علي الهوية والثقافة المحلية للشعوب.

- الصناعات الثقافية والاقتصاد الإبداعي عوامل دافعة للنمو الاقتصادي والتنمية المحلية.
- الصناعات الثقافية والجماعات المبدعة مصدران للقدرة التنافسية، وتزيد أهمية الإبداع لتحقيق التنمية الاقتصادية.

التساؤل الخامس: الرؤية المستقبلية لتنمية القدرة التنافسية للصناعات الثقافية في الاقتصاد الإبداعي

بالنظر للصناعات الثقافية -صناعة الحرف التقليدية- ودورها المتوقع في تنمية الاقتصاد الإبداعي الوطني تنوعت الرؤية المستقبلية لحالات الدراسة كالتالي:

أكدت الحالة رقم ١ على (الدولة لازم تشجع صناعة الحرف، وتعفيها من الضرائب، وتزود مرتبات الحرفيين، وتشجع المناطق الحرة زي تجارب ماليزيا والهند، وكمان تشيل الضريبة على التصدير، وانشاء مجلس قومي للحرف).

وتضيف الحالة رقم ٢ (لازم يكون فيه قانون لصناعة الحرف تونس والمغرب سبقتنا لأن عندهم قوانين تساعد الناس على العمل وتحمي الحرف التقليدية).

وتؤكد الحالة رقم ٣ أن (محتاجين معدات حديثة في تصنيع الخزف وأفران، وتوفير الخامات باستمرار خصوصا ان الفترة الأخيرة سعرها ارتفع ومش ثابت عشان أزمة الدولار، لازم يبقي فيه حاجة تدعم الصناعة الخامة والكهربا غالية وبيكون المنتج بيبكون غالي). وانفقت معها الحالة رقم ٥.

وتشير الحالة رقم ٤ إلى (التسويق مهم جدا نعمل انتشار على المستوى المحلي، المركز نفسه يسوق نفسه بعيد عن الاعلام بالتنسيق مع

الجهات الخارجية، نعرض نفسنا على كل مكان).

أما الحالة رقم ٦ تقترح (لازم يكون فيه مراكز تدريب كويسة محترمة مش تعليم وخلاص، المتدرب يتعلم ويتقن حرفته ويبيع ويكسب، وافتح مجال للسوق بمعرض تكلفته بسيطة ونعرض في اماكن كثير ونسوق حاجتنا بسعر محترم ومش غالى واعلم المتدرب يكون مطلوب بتصميمه المميز واتفان شغله، وافتح مجال شغل بره بالمعارض الخارجية).

أما الحالة رقم ١١ (نركز على السياحة لأن السياح هما اللي بيشتروا، في أوروبا بيحبوا الشغل اليدوي).

ويتضح من الاستجابات السابقة ما يلي:

- اكتسبت الجماعة المبدعة (الحرفيون والفنانون بمركز الفسطاط للحرف التقليدية) خبرات بالاحتكاك الدولي المستمر مما فتح لهم الآفاق للتعرف على أحدث ما وصلت إليه صناعة الحرف التقليدية، ومواطن التميز في التصميمات والخامات والأدوات والمعدات، وفتح لهم المجال للتطلع نحو الأفضل للوصول بمنتجاتهم لجميع دول العالم.
- على الرغم من المعوقات والمشكلات التي تواجهها الحرف التقليدية إلا أن قدرة المبدعين على التكيف والاستمرار -من وجهة نظر الباحثة- تعد إنجازاً في حد ذاته، ورغبتهم المستمرة في الإبداع وحفظ المكانة الدولية لمركز الفسطاط، حيث لم يتأثر خطابهم بالمخاطر الموجودة على أرض الواقع، بل صحب ذلك عرض رؤية متكاملة في التحسين المستمر للصناعة للوصول لمكانة عالمية متميزة.
- اتفقت آراء العاملين بالمركز على اختلاف مواقعهم (قيادات- حرفيين- فنانين) في طرح رؤيتهم المستقبلية لصناعة الحرف التقليدية، ويدل ذلك على توفر خصائص الجماعة في جميع العاملين بالمركز وتتمثل في التماسك والانسجام والانتماء والعمل الجماعي لتحقيق هدف مشترك وهو

وصول مركز الفسطاط للحرف التقليدية للعالمية.

وفي هذا السياق اتفقت الرؤية المستقبلية السابق ذكرها مع ما وصلت إليه دراسة (رؤي لإطار عام لسياسة مصر الثقافية، نوفمبر ٢٠١٥) بأن تمكين الصناعات الثقافية هو أحد المتطلبات الأساسية في مجتمع المعرفة، ويتم من خلال التدريب المستمر للمبدعين، وتنمية الجمهور، وتسويق الفنون المتنوعة باستخدام أدوات الإعلام الرقمي، وتأسيس مراكز لتطوير المهن الفنية، وتنمية المواهب واستغلالها مستقبلياً.

رابعاً: النتائج

- ١- بالنسبة للأدوات الداعمة للصناعات الثقافية، ظهرت في جاهزية البنية التحتية لدعم صناعة الحرف التقليدية بمركز الفسطاط والتي تمثلت في توافر جماعة المبدعين (الحرفيين والفنانين) بالمركز، وتوفر التجهيزات والمعدات الأساسية للعمل، والتسويق الجيد لمنتجات المركز.
- ٢- أما عن فرص تمكين صناعة الحرف التقليدية: جاء على رأسها الموقع الفريد بمنطقة الفسطاط الثرية حضارياً، ثم الهوية الفريدة للمركز وعدم وجود مراكز مماثلة بجمهورية مصر العربية، يليها المساحات المناسبة لممارسة أنشطة الحرف المختلفة، مع وجود تصور مستقبلي للمساحات المطلوبة للتوسع في الحرف، ثم دعم المركز لحقوق الملكية الفكرية لتصميمات الفنانين بنقش اسم الفنان والمركز على كل قطعة فنية يتم إنتاجها، وأخيراً مدرسة الأمير تشارلز بالمركز كرأس مال معرفي خاص بالتدريب وإقامة ورش عمل مع الجهات الدولية ذات الصلة.
- ٣- وفيما يخص المخاطر التي تواجه صناعة الحرف التقليدية كصناعة ثقافية: تمثلت في ضعف التمويل المالي للمركز، وبعض الحرف مهددة بالانقراض مثل "الزجاج المعشق بالجبس"؛ نظراً لأن العائد منها لا يغطي التكلفة مع ارتفاع سعر المنتج، كذلك سياسة الترشيح الحكومي

والروتين خاصة في حالة نقص المواد الخام بما يؤثر على إجمالي إنتاج المركز، كذلك عدم التطوير في منتجات المركز وانحصار الإبداع في نطاق الموروث الثقافي، يليها انتشار المنتج الثقافي الصيني بالسوق المصري، وأخيراً تقلص أعداد المبدعين من الحرفيين والفنانين نظراً لضعف المقابل المادي وصعوبة الأوضاع الاقتصادية.

- ٤- وتمثلت سبل دعم وتعزيز الصناعات الثقافية في : تنمية قدرات الجماعة المبدعة، من خلال التنشئة الاجتماعية والأسرية منذ الصغر، والتفاعل الاجتماعي في محيط العمل، والتنمية المعرفية في مجال التخصص. وفيما يخص رعاية المبدعين ظهر نوعان من الرعاية: الأول، الرعاية الاجتماعية من تأمينات ومعاشات، ورعاية مهنية ومعرفية من خلال ورش العمل والتبادل الثقافي، كما اتضح أهمية العلاقة مع زملاء العمل ودورها في التحفيز الإبداعي. أما فيما يخص منظومة بناء قدرات الجماعة المبدعة فتمثلت في عدة عناصر: الأول: مصدر الإبداع: وظهر أن أهم مصدر التدريب البصري لتنمية الذاكرة البصرية للفنان، يليها ورش العمل والتدريب المستمر، والتشبيك مع جماعات مبدعة مناظرة من خلال المعارض والورش الدولية، ثم دعم المبدعين بالحوافز التشجيعية والمكافآت والسفر لمعارض بالخارج.
- ٥- وعن الرؤية المستقبلية لتنمية القدرة التنافسية للصناعات الثقافية: جاء من أهمها دعم الدولة لصناعة الحرف التقليدية، والإعفاء من الضرائب، وزيادة رواتب العاملين، وتشجيع إقامة المناطق الحرة، وتوفير الخامات، وأخيراً الاهتمام بالتسويق الداخلي الخارجي.

الصناعات الثقافية وبناء الاقتصاد الإبداعي (تقرير دراسة الحالة)

حاولت الدراسة الكشف عن دور الصناعات الثقافية في دعم الاقتصاد القائم على الإبداع بجمهورية مصر العربية، وانتهت الدراسة إلى

أن صناعة الحرف التقليدية كأحد قطاعات الصناعات الثقافية لم يتم الاستفادة الكاملة من إمكانياتها التي تتمتع بها، ومن قدرتها على الإسهام الإيجابي في صادرات مصر الثقافية (وفقاً لتصريحات مدير المركز وصلت قيمة صادرات مركز الفسطاط عن الفترة ٢٠١٥-٢٠١٦ ما يقرب من مليون جنيه)، ومن ثم لم تؤثر في الاقتصاد الإبداعي بصورة فاعلة، بالإضافة إلى عدم وجود رؤية تنموية متكاملة لاستثمار التراث الثقافي والذي يعد أحد أهم أصول وموارد المجتمع المحلي ويكتسب أهميته في تشكيل الرأسمال الرمزي للمجتمع، والذي يعد من أهم عناصر التماسك في بنية المجتمعات المحلية.

ومن وجهة نظر الباحثة تمتلك مصر تراثاً ثقافياً ثرياً، وينبغي تعزيز الاهتمام بالصناعات الثقافية الداعمة للتنمية المستدامة، لقدرتها على تحقيق قيمة مضافة للاقتصاد الإبداعي القومي، وتأكيد قوة مصر الناعمة، وذلك بإنشاء مراكز حرفية مماثلة بجميع محافظات الجمهورية تكون بمثابة حاضنات ثقافية للحرف التقليدية والتراثية بكل محافظة، لتسهم بحصة سنوية متميزة في الصادرات الثقافية المصرية، بما يدعم الاقتصاد الإبداعي المصري.

وتقترح الدراسة رؤية تنموية لتمكين الصناعات الثقافية -صناعة الحرف التقليدية- في مصر كما يلي:

- ١- إنشاء مجلس قومي للحرف تابع لرئاسة الوزراء، يُشكل مظلة كبيرة تجمع جميع الحرف التقليدية، ويندرج تحت المجلس وزارة للحرف التقليدية مثل بعض الدول "الهند نموذجاً" تعمل على تأسيس خريطة حرفية على مستوى جمهورية مصر العربية وتقديم الدعم والتمويل والحماية لها.
- ٢- دعم الدولة الكامل للصناعات الثقافية بإنشاء مراكز للحرف بمحافظات الجمهورية وتحرير إمكانيات الاقتصاد الإبداعي المتمثلة في رعاية الجماعات المبدعة، وتأكيد الهوية للأماكن التراثية، وتحسين جودة

- الحياة فيها، ودعم الموارد اللازمة للإبداع، وتبني رؤية غير تقليدية لظاهرة العولمة بالاستفادة من التجارب العالمية الناجحة مثل "الصين".
- ٣- تفعيل منظومة جديدة للتنمية في الصناعات الثقافية وبصفة خاصة الحرف التقليدية باعتبارها جزءاً من التراث الثقافي ومجالاً يوفر فرص عمل وموارد اقتصادية.
- ٤- رعاية المبدعين مادياً واجتماعياً وتوفير بدل مخاطر، وتنشيط الإعلان والتسويق عن منتجاتهم، وإعفاء المنتجات من الضرائب، وتشجيع المناطق الحرة "تجارب ماليزيا والهند نموذجاً".
- ٥- وضع استراتيجية متميزة للتسويق لمركز الحرف التقليدية بالفسطاط، بإنشاء منطقة تجارة حرة، حيث تتميز المنطقة بوجود جامع عمرو بن العاص، ومركز الأديان، وتستطيع المنطقة أن تشكل رواجاً قوياً من خلال إقامة سوق مفتوح لكل الحرف من ناحية، وتنمية السياحة من ناحية أخرى، مع توفير تسويق إلكتروني دولي للمنطقة يدعم التجارة الثقافية والتنمية السياحية معاً.
- ٦- تخصيص مساحة بوسائل الإعلام لإلقاء الضوء على الصناعات الثقافية على صعيدي الإنتاج والاستهلاك، فالإعلام إحدى أدوات القوة الناعمة وقادر على تشكيل وعي الجمهور بكافة طبقاته، وتغيير الصورة الذهنية للمنتج المصري.
- ٧- إنشاء قاعدة بيانات رقمية للصناعات الثقافية تشمل جميع الأطراف ذات الصلة بتلك الصناعات والمتمثلة في المنتجين، والمنتجات، والمستهلك المحلي والدولي، لتمهد السبيل لدخول المستثمرين الثقافيين.
- ٨- تشجيع السفارات المصرية على مفهوم العرض والبيع، وليس التمثيل الثقافي فقط والاهتمام بتسويق المنتجات المصرية من خلال التسويق الخارجي.

التوصيات

تنتهي الدراسة لعرض مجموعة توصيات كما يلي:

- ضم الصناعات الثقافية إلى قائمة الصناعات الوطنية لتحظى بالدعم وتشجيع الاستثمار، وتعديل التشريعات المنظمة للعمل الثقافي لتسهم في تطويره، مثل التشريعات التي تنظم عمليات حماية حقوق الملكية الفكرية للمنتجين والعاملين بها، وقوانين الضرائب والجمارك والحد من الواردات لتوفير حصة محمية للسوق المحلي، بما يكفل نجاح الاستثمار في الصناعات الثقافية.
- استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة في الحفاظ علي التراث الحضاري والفني من خلال صيانه وترميمه وأرشفته وإعادة استخدامه وتوظيفه وبخاصة أن المادة التراثية الخام متاحة للجميع ومعرضة للضياع.
- ابتكار طرق جديدة للترويج المحلي للصناعات الثقافية بتكلفة قليلة وبكفاءة عالية القيمة، باستغلال الحقائق العامة والميادين الرئيسية كأسواق نشطة ومتاحف متنقلة لمنتجات الصناعات الثقافية. ويتطلب ذلك وجود كيانات إدارية مرنة قادرة على مواكبة التغيرات وقادرة على الإبداع والابتكار في مجال الإنتاج والتسويق للمنتجات التراثية.
- الترويج الدولي للصادرات الإبداعية بتشجيع المشاركة الدائمة بالمعارض الدولية واستحداث موقع مصري متخصص على الانترنت (منصة إلكترونية دولية تلقي الضوء على صناعة الحرف التقليدية)، ويمثل مصدرًا للدعاية والتنمية السياحية في ذات الوقت.
- إصدار مؤشر سنوي للتمكين الإبداعي (يضم بيانات واضحة عن المعدلات والنسب التي أفرزها الابتكار في التسويق في زيادة نسبة المبيعات للصناعات الثقافية، وكذلك دوره في تغيير الصورة الذهنية للجمهور عن هذه الصناعات).

- اصدار تقرير سنوي عن حالة الصناعات الثقافية يتضمن أنواعها، وخدماتها، والجهات الداعمة، وتطور عدد العاملين، والقيمة المضافة الناتجة عن نمو هذه الصناعات والتي تصب في الاقتصاد الإبداعي القومي.

قائمة المراجع

المراجع العربية

- ١ إبراهيم، أحمد حسن (يوليو ٢٠١١)، الإبداع سمة الصناعات الصغيرة والمتوسطة، الاقتصاد والمحاسبة، العدد ٦٣٨.
- ٢ باشا، زكريا عبد الحميد؛ الطوجي، حسين حمدي (خريف ١٩٨٦)، الصناعات والمنتجات الثقافية: الواقع العربي والتصورات المستقبلية، مجلة العلوم الاجتماعية، الكويت، مج ١٤، ع ٣.
- ٣ بزي، علي (شتاء ٢٠١١)، الحرف التقليدية، الثقافة الشعبية، العدد ١٢.
- ٤ بيك، أولريش (٢٠١٣)، مجتمع المخاطر العالمي بحثاً عن الأمن المفقود، ترجمة: علا عادل؛ وآخرون، القاهرة، المركز القومي للترجمة.
- ٥ تقرير عن الاقتصاد الإبداعي (٢٠١٣)، طبعة خاصة "تعزيز سبل التنمية المحلية"، الأمم المتحدة، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، اليونسكو.
- ٦ الجامعي، فهد رجاء الله (أبريل ٢٠١٤)، الصناعات الإبداعية الداعمة للاقتصاد القائم على المعرفة في المملكة العربية السعودية، مجلة عالم التربية، العدد ٤٦، مصر.
- ٧ جليبي، علي عبدالرازق (١٩٩٦)، التحليل الاجتماعي للإبداع: توجيهات وخبرات بحثية في المجتمع العربي، قطر، مجلة مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، ع ٨.
- ٧ حسن، بن جبريل؛ مددين، سحر بنت خلف (٢٠١٦)، مجتمع المعرفة في العالم العربي، الأردن، الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
- ٨ خميس، هاني (٢٠١٤)، الاستثمار الاجتماعي سياسة تنموية بديلة: رأس المال البشري نموذجاً، المؤتمر السنوي الثالث عشر "الاستثمار الاجتماعي ومستقبل مصر"، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.
- ٩ دياب، محمد (٢ فبراير ٢٠٠٩)، اقتصاد المعرفة: حقبة جديدة نوعياً في مسار التطور الاقتصادي، معهد الميثاق للتدريب والدراسات والبحوث.

<http://www.almethaq.info/news/article1395.htm>

- ١٠ رؤي لإطار عام لسياسة مصر الثقافية (نوفمبر ٢٠١٥)، مكتبة الإسكندرية.
- ١١ الزيات، فتحي (٢٠١١) اقتصاد المعرفة، الجزء الثاني، القاهرة، دار النشر للجامعات.
- ١٢ عبدالوهاب، عبدالوهاب جودة (٢٠١١)، سياق الإبداع العلمي وبناء مجتمع المعرفة، الكويت، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الحولية ٣١، الرسالة ٣٣٥.
- ١٣ العراقي، علي محمد عثمان (يوليو ٢٠١٥)، ثنائية التراث الثقافي والاقتصاد الإبداعي، أدوماتو، ع ٣٢.
- ١٤ العربي، أشرف (صيف ٢٠٠٧)، رأس المال البشري في مصر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، مج ١٤، ع ٣٩.
- ١٥ عليان، جمال الحفاظ (ديسمبر ٢٠٠٥)، الحفاظ على التراث الثقافي، عالم المعرفة، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد ٣٢٢.
- ١٦ عوض، شريف محمد (أكتوبر- ديسمبر ٢٠١٥)، أثر الركود الاقتصادي في الصناعات الحرفية بمحافظة دمياط، حوليات آداب عين شمس، المجلد ٤٣.
- ١٧ عويضة، فائقة سباعي (محرم ١٤٢٨هـ-)، الصناعات التقليدية هوية وتراث، الأمن والحياة، العدد ٢٩٦.
- ١٨ غدنز، أنتوني (٢٠٠٥)، علم الاجتماع، ترجمة: فايز الصباغ، ط٤، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- ١٩ فوزي، علاوة (سبتمبر ٢٠١٦)، مساهمة في صياغة مفهوم الصناعات الثقافية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد لخضر، الوادي، العدد ١٧.
- ٢٠ كونسلتينغ، بي أوبي (٢٠١٠) خارطة الصناعات الإبداعية: دليل إرشادي، سلسلة الاقتصاد الإبداعي والثقافي، لندن، منشورات المجلس الثقافي البريطاني.

- ٢١ مرياتي، محمد (٢٠١٢)، الصناعات الثقافية والمعرفية، التقرير العربي للتممية الثقافية الخامس ، بيروت، مؤسسة الفكر العربي.
- ٢٢ مركز الدراسات الاستراتيجية (٢٠١٢)، المعرفة كقوة ناعمة، جامعة الملك عبد العزيز.
- ٢٣ نارولا، راجنيش (٢٠١٦)، العولمة والتكنولوجيا، ترجمة علي عبد الرازق جليبي، القاهرة، المركز القومي للترجمة.
- ٢٤ الهادي، حامد (٢٠٠٦)، الحرفيون بين التكيف مع الفقر وصناعة رأس المال، جامعة القاهرة، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية.
- ٢٥ هارتلي، جون (٢٠١٦)، الصناعات الإبداعية، ترجمة بدر الرفاعي، في : الصناعات الإبداعية، ج٢، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- ٢٦ هارتلي، جون (أبريل ٢٠٠٧)، الصناعات الإبداعية، ترجمة: بدر السيد سليمان الرفاعي، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت العدد ٣٣٨.

المراجع الأجنبية

- 1 Albornoz, L. A., & Barnett, I. (2015). Power, Media, Culture. Palgrave Macmillan, UK.
- 2 Bontje, M& Musterd, S. (2009). Creative industries, creative class and competitiveness: Expert opinions critically appraised. Geoforum. Volume 40, Issue 5. September 2009.
- 3 Boccella, N., & Salerno, I. (2016). Creative Economy, Cultural Industries and Local Development. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 223.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.370>
- 4 Beck, U. (2009). Critical Theory of World Risk Society: A Cosmopolitan Vision. *Constellations*, 16(1).
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8675.2009.00534.x>
- 5 Beck, U. (2008). Ulrich Beck Risk Society's "Cosmopolitan Moment" Lecture at Harvard University – November 12th.
- 6 Beck, Ulrich. (2006). "Living in the World Risk Society",

Economy and society, Vol 35, no.3.

- 7 Greffe, Xavier. (2014). "From Culture to Creativity and the Creative Economy: A New Agenda for Cultural Economics." City, Culture and Society 7(2).
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ccs.2015.12.008>.
- 8 Pratt, A. C. (2016). Creative Cities : The Cultural Industries and the Creative Class Author (s): Andy C . Pratt Source : Geografiska Annaler . Series B , Human Geography , Vol . 90 , No . 2 (2008), p . 108, Published by : Wiley on behalf of the Swedish Society for An, 90(2).
- 9 Shan, Shi-lian. 2014. "Chinese Cultural Policy and the Cultural Industries." City, Culture and Society 5(3).
<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1877916614000460>.